

*Investigaciones*



## CARACTERIZACIÓN DE LA ECONOMÍA NARANJA EN EL DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO 2014 – 2018



# *Investigaciones*

---

**ISBN**

**978-958-56988-3-3**

Cámara de Comercio de Barranquilla

**Gustavo Pacheco Castro**

Jefe de investigaciones Económicas

**Daisy Nieto Rodríguez**

Investigador Económico

**Javier Avendaño Avila**

Diseño y diagramación

Noviembre 2019

# Contenido

Caracterización de la economía naranja en el departamento del Atlántico 2014 - 2018	1
Índice de Cuadros	4
Resumen	6
Abstract	7
Introducción	8
1. ¿Qué se entiende por economía naranja?	11
2. Categorías prioritarias de la economía naranja – nivel global	14
3. Categorías prioritarias de la economía naranja – departamento Atlántico	16
4. Estructura del segmento de economía naranja en el Atlántico	18
5. Análisis espacial de las empresas de economía naranja	21
6. Edades de las empresas de economía naranja	26
7. Las 50 empresas del segmento de economía naranja con mayores edades	32
8. Tamaño de las empresas del segmento de economía naranja	34
9. Empresas nuevas de economía naranja	36
10. Empresas liquidadas en la economía naranja	40
11. Número neto de empresas en la economía naranja	42
12. Activos Totales	43
13. Ventas Netas	46
14. Utilidades netas	48
15. Número de empleados	50
16. Cadena de valor de la economía naranja en el Atlántico en 2018	52
17. Relación de la economía naranja con los segmentos de Espacios Habitables y el Turismo de Eventos y Negocios (TEN)	54
18. Impacto de la economía naranja	57
19. Incentivos para el sector de economía naranja	59
20. Impacto de la economía naranja a nivel territorial: caso Barranquilla	64
Conclusiones	65
Anexos	69
Bibliografía	75

# *Índice de Ilustraciones*

<b>Ilustración 1.</b> El naranja el color más feliz	<b>12</b>
<b>Ilustración 2.</b> El valor que genera la economía naranja	<b>13</b>
<b>Ilustración 3.</b> Mapa economía naranja en el Área Metropolitana de Barranquilla (AMB)	<b>21</b>
<b>Ilustración 4.</b> Mapa economía naranja en la localidad Norte centro Histórico	<b>23</b>
<b>Ilustración 5.</b> Mapa economía naranja en la localidad Suroccidente	<b>23</b>
<b>Ilustración 6.</b> Mapa economía naranja en la localidad Suroriente	<b>24</b>
<b>Ilustración 7.</b> Mapa economía naranja en la localidad Riomar	<b>24</b>
<b>Ilustración 8.</b> Mapa economía naranja en la localidad Metropolitana	<b>25</b>
<b>Ilustración 9.</b> Cadena de valor	<b>52</b>
<b>Ilustración 10.</b> Actividades de la economía naranja relacionadas con espacios habitables y TEN	<b>54</b>
<b>Ilustración 11.</b> Datos de la economía naranja a nivel global	<b>57</b>
<b>Ilustración 12.</b> Datos de la economía naranja a nivel en Colombia	<b>58</b>

# *Índice de Cuadros*

<b>Cuadro 1.</b> Categorías prioritarias de la economía naranja – nivel global	<b>14</b>
<b>Cuadro 2.</b> Categorías prioritarias de la economía naranja – departamento Atlántico	<b>16</b>
<b>Cuadro 3.</b> Número de empresas de la economía naranja por eslabones 2014 – 2018 (Sociedades y personas naturales)	<b>18</b>
<b>Cuadro 4.</b> Número de sociedades de la economía naranja por eslabones 2014 – 2018	<b>19</b>
<b>Cuadro 5.</b> Número de personas naturales de la economía naranja por eslabones 2014 – 2018	<b>20</b>
<b>Cuadro 6.</b> Ubicación de las sociedades y personas naturales de la economía naranja del Atlántico según municipios en 2018	<b>22</b>
<b>Cuadro 7.</b> Edades de las empresas de la economía naranja en 2018	<b>27</b>
<b>Cuadro 8.</b> Edades de las sociedades y personas naturales de la economía naranja 2014 – 2018	<b>28</b>
<b>Cuadro 9.</b> Edades de las sociedades de la economía naranja 2014 – 2018	<b>29</b>

<b>Cuadro 10.</b> Edades de las sociedades de la economía naranja 2014 – 2018	<b>29</b>
<b>Cuadro 11.</b> Edades de las Personas naturales de la economía naranja 2014 – 2018	<b>30</b>
<b>Cuadro 12.</b> Edades de las Personas naturales de la economía naranja 2014 – 2018	<b>31</b>
<b>Cuadro 13.</b> Las 50 empresas con mayores edades	<b>32</b>
<b>Cuadro 14.</b> Número de sociedades y personas naturales de la economía naranja según tamaño 2014 – 2018	<b>34</b>
<b>Cuadro 15.</b> Número de sociedades de la economía naranja según tamaño 2014 – 2018	<b>34</b>
<b>Cuadro 16.</b> Número de personas naturales de la economía naranja según tamaño 2014 – 2018	<b>35</b>
<b>Cuadro 17.</b> Número de sociedades y personas naturales nuevas en la economía naranja 2014 - 2018	<b>36</b>
<b>Cuadro 18.</b> Número de sociedades y personas naturales nuevas según eslabones de la economía naranja 2014 – 2018	<b>37</b>
<b>Cuadro 19.</b> Número de sociedades nuevas según eslabones de la economía naranja 2014 – 2018	<b>37</b>
<b>Cuadro 20.</b> Número de personas naturales nuevas según eslabones de la economía naranja 2014 – 2018	<b>38</b>
<b>Cuadro 21.</b> Número de sociedades y personas naturales nuevas según tamaño de la economía naranja 2014 – 2018	<b>38</b>
<b>Cuadro 22.</b> Número de sociedades nuevas según tamaño de la economía naranja 2014 – 2018	<b>39</b>
<b>Cuadro 23.</b> Número de personas naturales nuevas según tamaño de la economía naranja 2014 – 2018	<b>39</b>
<b>Cuadro 24.</b> Número de empresas liquidadas de la economía naranja según eslabones 2014 – 2018	<b>40</b>
<b>Cuadro 25.</b> Empresas liquidadas de la economía naranja y total general registro mercantil 2014 – 2018	<b>40</b>
<b>Cuadro 26.</b> Sociedades nuevas y liquidadas de la economía naranja y total general registro mercantil 2014 – 2018	<b>42</b>
<b>Cuadro 27.</b> Activos totales de las sociedades y personas naturales por eslabones de la economía naranja 2014 – 2018 (Pesos corrientes)	<b>43</b>
<b>Cuadro 28.</b> Activos totales de las sociedades y personas naturales por eslabones de la economía naranja 2014 – 2018 (Pesos constantes)	<b>44</b>

<b>Cuadro 29.</b> Activos totales de las sociedades y personas naturales según tamaño la economía naranja 2014 – 2018 (Pesos constantes)	<b>44</b>
<b>Cuadro 30.</b> Activos totales de las sociedades según tamaño la economía naranja 2014 – 2018 (Pesos constantes)	<b>45</b>
<b>Cuadro 31.</b> Activos totales de las personas naturales según tamaño la economía naranja 2014 – 2018 (Pesos constantes)	<b>45</b>
<b>Cuadro 32.</b> Ventas netas de las sociedades y personas naturales por eslabones de la economía naranja 2014 – 2018 (Pesos corrientes)	<b>46</b>
<b>Cuadro 33.</b> Ventas netas de las sociedades y personas naturales por eslabones de la economía naranja 2014 – 2018 (Pesos constantes)	<b>46</b>
<b>Cuadro 34.</b> Ventas netas de las sociedades y personas naturales por tamaño de la economía naranja 2014 – 2018 (Pesos constantes)	<b>47</b>
<b>Cuadro 35.</b> Utilidades netas de las sociedades y personas naturales de la economía naranja por eslabones 2014 – 2018 (Pesos corrientes)	<b>48</b>
<b>Cuadro 36.</b> Utilidades netas de las sociedades y personas naturales de la economía naranja por eslabones 2014 – 2018 (Pesos constantes)	<b>48</b>
<b>Cuadro 37.</b> Utilidades netas de las sociedades y personas naturales de la economía naranja por tamaño 2014 – 2018 (Pesos constantes)	<b>49</b>
<b>Cuadro 38.</b> Número de empleados de las sociedades y personas naturales de la economía naranja por tamaño 2014 – 2018	<b>50</b>
<b>Cuadro 39.</b> Número de empleados de las sociedades y personas naturales de la economía naranja por eslabón 2014 – 2018	<b>51</b>
<b>Cuadro 40.</b> Actividades comerciales que pertenecen a la economía naranja en el departamento del Atlántico	<b>53</b>
<b>Cuadro 41.</b> Actividades de la economía naranja que se relacionan con espacios habitables en el departamento del Atlántico	<b>55</b>
<b>Cuadro 42.</b> Actividades de la economía naranja que se relacionan con TEN	<b>56</b>
<b>Cuadro 43.</b> Actividades de la economía naranja y que se encuentran exentas del pago de impuestos	<b>62</b>
<b>Cuadro 44.</b> Contribución de Barranquilla en la economía naranja del Atlántico en 2018	<b>64</b>



# Resumen

En este documento se realiza una caracterización del segmento de economía naranja en el departamento del Atlántico entre los años 2014 y 2018, haciendo énfasis en variables económicas del registro mercantil de la Cámara de Comercio de Barranquilla tales como número de empresas, valor de activos, ventas, utilidades y empleo.

Asimismo, se resalta la relevancia de este segmento productivo tanto en el contexto global como a nivel de Colombia, y se indican los principales estímulos que le otorga el Gobierno Nacional, en la actualidad, a fin de facilitar el desarrollo del mismo.

De otra parte, es de mencionar que la economía naranja en el departamento del Atlántico la integran los eslabones de agencia de noticias y otros servicios de información; artes escénicas y espectáculos; artes visuales; audiovisuales; diseño; editorial; fonografía; medios digitales y software de contenidos; y turismo y patrimonio cultural e inmaterial.

Es de anotar, además, que dentro de los principales resultados que arroja el estudio aludido se tiene que 85 de cada 100 empresas que conforma el segmento de economía naranja en el Atlántico no superan los cinco años de edad, es decir, son unidades productivas supremamente jóvenes; Igualmente, en el periodo de análisis los activos totales tuvieron una tasa anual de crecimiento real del 11,7%, en tanto que en el número de empleos el índice fue del 9,4%.

Finalmente, se puede destacar que Barranquilla contribuye de manera sustancial en la economía naranja del Atlántico, a tal punto que en el aporte en todas las variables señaladas los porcentajes oscilan entre un 89% y 99%, sobresaliendo ventas y utilidades; mientras que en términos de eslabones los más representativos son turismo y patrimonio en lo referente con número de empresas, empleos y ventas; editorial en activos, y medios digitales y software de contenidos en utilidades.

**Palabras claves:** industria creativa, segmento productivo, eslabones, economía

# Abstract

This document characterizes the orange economy segment in the department of Atlántico between 2014 and 2018, emphasizing in the economic variables registered in the Chamber of Commerce of Barranquilla such as number of companies, value of assets, sales, utilities and employment.

The relevance of this productive segment is highlighted both in the global context and locally in Colombia, as well as the main stimulus granted by the National Government, in order to facilitate its development.

On the other hand, it is worth mentioning that the orange economy in the department of Atlántico is made up of the following segments: news agencies and other information services; performing arts and shows; visual arts; audiovisuals; design; editorial; phonography; digital media and content software; and tourism and cultural and intangible heritage.

It should also be noted that within the main results of the study mentioned before, 85 out of every 100 companies that make up the orange economy segment in the Atlántico do not exceed five years of age, that is, they are supremely young productive units. During the analysis period, the total assets had an annual real growth rate of 11.7%, while in the number of jobs the index was 9.4%.

Finally, it should be noted that Barranquilla contributes substantially to the orange economy of the Atlántico, since the contribution of all the variables presented range between 89% and 99%, with sales and profits standing out. In terms of segments, the most representative are tourism and heritage in relation to the number of companies, jobs and sales; editorial, in assets; and digital media and software content in utilities.

**Keywords:** creative industry, productive segment, economy

---

# Introducción

---

En el documento “Análisis del comportamiento de las empresas de los cluster 2010 – 2016”, elaborado por la Cámara de Comercio de Barranquilla, se indica que hay un marcado “interés académico en torno al estudio de la actividad clúster”. En efecto, “se plantea desde diferentes ámbitos, a partir del análisis de un contexto integrado que toma como evidencia el aporte al crecimiento económico, en la configuración de espacios regionales y en la activación de procesos innovadores, que permiten que las empresas desarrollen un papel más activo en la construcción de nuevos escenarios locales”.

Sobre el concepto de cluster, es de mencionar que en la literatura científica existen muchas definiciones, dentro la cual se pueden observar las siguientes:

Según Enright (1992), un “Cluster” “es una aglomeración de firmas de un mismo sector productivo o industrial o de actividades económicas vinculadas, en un área geográfica delimitada; está constituido por empresas de relativa especialización, reflejando una marcada división del trabajo –lo que deriva en ventajas de escala y productividad–, y de base tecnológica semejante y en permanente proceso de adopción de mejores técnicas”

De acuerdo con Enright, tenemos una amplia definición de cluster que incluye los beneficios de estos, de manera similar lo define Joseph Ramos (1998), de la CEPAL, según el cual el cluster es:

**“Una concentración sectorial y/o geográfica de empresas en las mismas actividades o en actividades estrechamente relacionadas, con importantes y acumulativas economías externas, de aglomeración y especialización -de productores, proveedores y mano de obra especializada, de servicios anexos específicos al sector- con la posibilidad de acción conjunta en búsqueda de eficiencia colectiva”**

Ahora bien, de igual manera encontramos definiciones más concisas como la emitida por Doeringer, P.B. y D.G. Terkla. 1995, en Business strategy and cross-industry clusters, donde limita el concepto de cluster a “Una concentración geográfica de industrias que obtienen ventajas en su desempeño a través de la co-localización”; o la emitida por Michael Porter (1991) en su estudio la Ventaja Competitiva de las Naciones, siendo la definición más reconocida en donde el cluster se traduce en “Una agrupación de empresas e instituciones relacionadas entre sí, pertenecientes a un mismo sector o segmento de mercado, que se encuentran próximas geográficamente y que colaboran para ser más competitivos”.

Por su parte, como se ha manifestado en estudios anteriores, la Cámara de Comercio de Barranquilla ha adoptado su propia definición de cluster, la cual consiste en “un conjunto de industrias de apoyo y relacionadas que se organizan alrededor de usos finales comunes. El cluster es mucho más que un sector y que una cadena productiva”.



En resumen, se puede anotar que los cluster desde todo punto de vista son una fábrica de competitividad basada en la cooperación de sus integrantes, tal como aparece en el estudio Análisis del comportamiento de las empresas de los cluster 2010-2015 “La dinamización de cluster para la Cámara de Comercio de Barranquilla es un tema que resulta de vital importancia, por cuanto con ello se pretende contribuir a mejorar de manera constante la competitividad de las empresas en el departamento del Atlántico”.

Hasta el año de 2018 la Cámara de Comercio de Barranquilla “ha venido adelantando un proceso de dinamización de cuatro cluster, como son salud – farma, agroinsumos, servicios logísticos y muebles”, lo cual sin lugar a dudas sirve de base para este documento, en razón del aprendizaje y experiencia lograda.

Ahora bien en armonía con la actual estrategia competitiva de la Cámara de Comercio de Barranquilla, trazada hasta el año 2022, el tema de economía naranja surge como uno de los segmentos clave, del cual se espera que siga contribuyendo, en los próximos años, con el desarrollo de la economía local mediante la generación de empleos y creación de valor, entre otros, de forma “que ayude a elevar el bienestar social y calidad de vida de la población de Barranquilla y el departamento del Atlántico”.

Como lo ha venido afirmando la Cámara de Comercio de Barranquilla en otros estudios es “importante dejar claro que el trabajo en cluster implica una visión de largo plazo, tanto en las instituciones territoriales y de entorno como también en el imaginario empresarial”.

En tal perspectiva se puede decir que “los estudios económicos modernos, desde sus inicios se han abocado a entender el comportamiento de las firmas y sus resultados han generado un gran interés, sobre todo porque entender la dinámica empresarial permite establecer políticas que favorezcan y con ella, beneficien a toda la población (Arellanos & Jiménez, 2016)”.

“De allí, que se reitera, qué desde el Área de Investigaciones Económicas de la Cámara de Comercio de Barranquilla, se vienen realizando una serie de estudios periódicos con el propósito de ejercer seguimiento constante a la actividad empresarial en el departamento del Atlántico, y en especial al sistema de clúster o segmentos productivos dinamizados por esta entidad”.

Al igual como ha ocurrido con los anteriores documentos relativos con el análisis del comportamiento de las empresas que integran los cluster, para el presente estudio “Caracterización de la economía naranja en el departamento del Atlántico 2014 - 2018” la fuente principal de información es el registro mercantil de la Cámara de Comercio de Barranquilla y su estructuración es muy similar al de las investigaciones llevadas a cabo años tras años, con el propósito de darle continuidad a tan importante trabajo. En este orden, como se ha manifestado para el caso de los estudios anteriores, “es de resaltar que con el objeto de obtener una serie de datos lo más confiable posible, se efectuó, como se ha venido haciendo con otros segmentos productivos o cluster, un proceso de depuración de la información de las empresas, ya sean sociedades o personas naturales”.

De las variables examinadas, tal como se ha venido indicando en otros estudios de cluster elaborados por la Cámara de Comercio de Barranquilla, se observa que en esta investigación “solo en el caso de activos el 100% de las empresas seleccionadas declararon dicha información para los años en cuestión”, la segunda variable en la que más unidades económicas expresaron datos fue en número de empleados con un promedio entre 2014 – 2018 de 65,4%, mientras que la información perteneciente a la variable ventas tuvo en promedio el 29,5%, en tanto que para utilidades el porcentaje fue del 10,3%.

De otro lado, y en razón a que en el total de unidades económicas que se relacionan en el registro mercantil de la Cámara de Comercio de Barranquilla, aparece una gran cantidad de empresas con el valor de los activos insignificantes, es decir montos en esta variable que no superan los \$500 mil anuales por unidad, y la misma naturaleza del negocio, se convino delimitar el número de empresas, para lo cual se realizó una depuración y más cuando se considera que en cualquier actividad y de manera especial en la economía naranja, los usuarios en primera instancia lo que suelen buscar son servicios que les ofrezcan nuevas experiencias, por lo que es factible que una empresa con cuantías tan bajas en los activos, ello no va a ser posible, por el simple hecho de no disponer de los recursos y las condiciones adecuadas para tal fin.

# 1. ¿Qué se entiende por economía naranja?

En la literatura científica se encuentra una nutrida gama de conceptos o definiciones sobre el tema de economía naranja, abordada tanto por diferentes instituciones del exterior como del orden nacional, pero se puede decir que todos en términos generales confluyen hacia lo mismo.

La economía naranja (o creativa) se considera como el grupo de actividades a través de las cuales las ideas se transforman en bienes, servicios culturales y creativos, cuyo valor está o podría estar protegido por derechos de propiedad intelectual (DPI).

Específicamente, estos denominadores comunes incluyen el reconocimiento de la creatividad, el arte y la cultura como iniciativas productivas; así mismo la relación con la generación y aprovechamiento de los DPI, en especial de los derechos de autor; y el papel directo de estas actividades en la cadena de valor que transforma ideas en productos. Por consiguiente, la economía naranja incluye actividades relacionadas con tres conceptos principales, en primer lugar, las actividades tradicionales y artísticas; luego, la industria creativa y, por último, las actividades que brindan apoyo creativo a las industrias tradicionales.

Por consiguiente, es relevante mencionar algunas definiciones tales como:

La economía naranja, una oportunidad infinita, dedicada a promover, fortalecer y divulgar la importancia de las industrias creativas y culturales en el desarrollo de nuestro país. (BID, Luis Felipe Buitrago, Iván Duque, 2013).

Economía naranja, ese segmento de las ideas y el conocimiento (propiedad intelectual) que se ve reflejado en el desarrollo de videojuegos, música, publicidad, diseño, libros, cine, entre otros. Definida así por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

La economía naranja es el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. Este universo está compuesto

por áreas relacionadas con la economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales y las áreas de soporte para la creatividad. (Universidad Externado de Colombia).

Asimismo, para la Unesco, las industrias culturales y creativas corresponden a “sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial”. Según el Ministerio de Cultura de Colombia “el insumo base de la economía cultural y creativa es la propiedad intelectual”.

De otro lado, vale decir que el Ministerio de Cultura ha desarrollado “cinco líneas de política de emprendimiento e industrias culturales (formación, articulación, investigación, conocimiento y circulación). Esta política surge en 2010 amparada en el documento Conpes 3659 de ese mismo año”. De acuerdo con dicho Conpes el objetivo central de esta es “aprovechar el potencial competitivo de las industrias culturales, aumentar su participación en la generación del ingreso y el empleo nacional, y alcanzar elevados niveles de productividad”.

Posteriormente es de anotar que en 2017 se aprueba la “Ley 1834 de 2017 -también conocida como Ley Naranja-, que crea un instrumento de articulación intra-gobierno”, donde concurren diversas entidades del Gobierno Central, considerándose el Ministerio de Cultura como una de las que tiene mayor relevancia al respecto.

Ya en el año de 2018 el Gobierno nacional expide el decreto 1935, el cual “por el cual se crea y reglamenta el funcionamiento del Consejo Nacional de la Economía Naranja”, para que se encargue de “formular lineamientos generales de política y de coordinar las acciones interinstitucionales necesarias para la promoción, defensa, divulgación y desarrollo de la economía creativa”.

## Ilustración 1. El naranja el color más feliz



**Fuente:** Cámara de Comercio de Barranquilla

**El color se  
suele asociar con la  
Cultura, Creatividad,  
Naranja y la identidad**

El color naranja se suele asociar con la cultura, la creatividad y la identidad. Desde la prehistoria los artistas del antiguo Egipto usaban un pigmento de este matiz conocido como rejalgar o el muy tóxico -sulfuro de arsénico para adornar los jeroglíficos de las tumbas de los faraones. Si observamos de manera global encontramos, que es muy representativo en las diferentes culturas, por ejemplo en las convenciones y tradiciones occidentales, lo asocian con el entretenimiento y la frivolidad (con lo no convencional y con la extroversión).

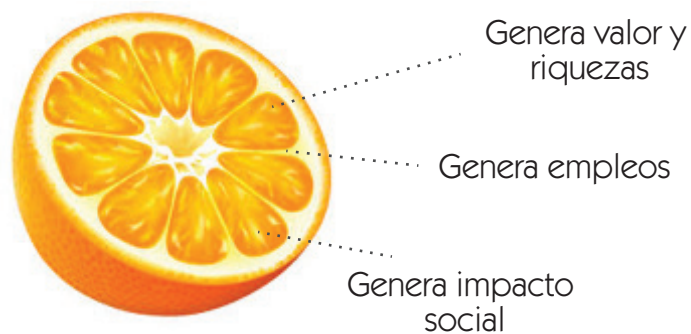
Asimismo Baco (Dioniso de la mitología griega) el dios vino y patrón del teatro aparece en las pinturas vistiendo en naranja; por otra parte, evidenciamos que es el color de halloween, una de las celebraciones modernas más conocidas por todos. Por otro lado, se encuentra presente en religiones

orientales: en el confucianismo es la tonalidad de la transformación; en el budismo identifica a los monjes (Buda en persona lo escogió); en el hinduismo es el tinte de la ropa que visten los sadhu (los hombres santos que recorren el mundo) y el chakra naranja es el abdomen (que a su vez es el centro creativo del individuo).

Mientras tanto para los pueblos nativos de América del Norte es la tonalidad del aprendizaje y el liderazgo, pero para los tupac katari de Perú es el tono de la sociedad y la cultura. Para terminar, es el matiz que se asocia con el fuego (las metáforas sobre el fuego creativo, y el fuego del amor son incontables). Por tales razones, para darles una identidad que le hace falta, se etiqueta a la economía de la cultura y de la creatividad como la economía naranja.

**Ilustración 2.** El valor que genera la economía naranja

¿Sabes cuál es el valor que genera la  
**economía naranja?**



**Fuente:** Cámara de Comercio de Barranquilla

## 2. Categorías prioritarias de la economía naranja-nivel global

14

Las categorías prioritarias de la economía naranja a nivel global tienen como fuente primordial el Banco Interamericano de Desarrollo -BID- en su documento denominado “La economía naranja una oportunidad infinita”, elaborado por ese organismo en el año de 2013.

**Cuadro 1.** Categorías prioritarias de la economía naranja – nivel global

Sector	Subsector
Agencias de noticias y otros servicios de información	Agencias de noticias y otros servicios de información
Artes escénicas y espectáculos	Teatro, danza y marionetas Pasarelas de moda Improvisaciones organizadas Orquestas, ópera y zarzuela Conciertos Circos
Artes visuales	Fotografía Pintura Escultura Arte en movimiento Instalaciones y video arte
Audiovisual	Cine Televisión Video



Sector	Subsector
Diseño	Interiores Artes Gráficas e ilustración Joyería Juguetes Industrial (productos) Moda
Editorial	Literatura Edición : libros, periódicos y revistas Industria gráfica Librerías
Medios digitales y software de contenidos	Videojuegos Contenido interactivo audiovisual Plataformas digitales Creación de software Animación Nuevos modelos de negocios soportados en plataformas digitales Videojuegos
Fonográfica	Radio Música grabada
Turismo y patrimonio cultural material e inmaterial	Artesanías, antigüedades, lutería y productos típicos Gastronomía Museos, galerías, archivos y bibliotecas Arquitectura y restauración Parques naturales y ecoturismo Monumentos, sitios arqueológicos, centros históricos Conocimientos tradicionales , festivales y carnavales Formación artística

**Fuente:** La economía naranja una oportunidad infinita. Elaboración Cámara de Comercio de Barranquilla.

# 3. Categorías prioritarias de la economía naranja-departamento Atlántico

16

En el documento “ABC de la Economía Naranja” del Ministerio de Cultura se indican las categorías prioritarias para el país, del cual se seleccionaron para el departamento del Atlántico las que aparecen relacionadas en el cuadro 2. Estas se encuentran cobijadas en la Ley 1834 de 2017.

**Cuadro 2.** Categorías prioritarias de la economía naranja – departamento Atlántico

Sector	Subsector
Artes escénicas	Teatro Danza
Artes visuales	Fotografía Pintura Escultura Artes gráficas Artesanías
Audiovisual	Cine y video
Música	Edición de música Producción fonográfica
Diseño	Gráfico Textil Arquitectura Software Moda, accesorios y joyas Industrial

Sector	Subsector
Patrimonio material	Inmueble Muebles Bibliotecas Museos Archivos fílmicos Archivos documentales Reservas naturales Jardines botánicos y zoológicos
Patrimonio inmaterial	Fiestas, festivales y ferias Técnicas de producción artesanal relacionadas con la memoria cultural Gastronomía y tradiciones culinarias locales Otras tradiciones y expresiones
Formación artística	Formación artística

**Fuente:** Guía para elaboración de mapeos regionales de industrias creativas - ministerio de cultura.  
 Elaboración Cámara de Comercio de Barranquilla.

# 4. Estructura del segmento de economía naranja en el Atlántico

18

**Cuadro 3.** Número de empresas de la economía naranja por eslabones 2014 – 2018 (Sociedades y personas naturales)

Eslabones	2014	2015	2016	2017	2018
Agencias de noticias y otros servicios de información	1	2	2	2	3
Artes escénicas y espectáculos	125	156	150	184	183
Artes visuales	77	99	103	96	94
Audiovisual	58	66	73	78	112
Diseño	144	164	221	264	229
Editorial	57	67	69	77	79
Fonográfica	62	71	71	89	69
Medios digitales y software de contenidos	202	222	295	333	379
Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	1.458	1.543	1.809	1.956	2.028
<b>Total</b>	<b>2.184</b>	<b>2.390</b>	<b>2.793</b>	<b>3.079</b>	<b>3.176</b>

**Fuente:** Registro mercantil. Elaboración Investigaciones Económicas.

Al estudiar en 2018 el número de empresas (sociedades y personas naturales) de la economía naranja en el departamento del Atlántico, se observa que totalizó 3.176 unidades frente a 2.184 en 2013, para una tasa de crecimiento promedio anual del 9.8%.

De la cifra global mencionada el distrito de Barranquilla aporta en promedio el 77% del total de las unidades económicas de este segmento. Si las dividimos por su categoría jurídica, es en las sociedades donde se realiza una mayor contribución, siendo este en promedio del 90,6%, mientras que en personas naturales la participación promedio es del 70,4%.

Es de anotar que en términos de los eslabones estos llegan a un número de nueve, tal como aparece

indicado en el cuadro 3. Dentro de estos representan una participación destacada el de Turismo y patrimonio cultural e inmaterial (64.6%), Medios digitales y software de contenidos (10,5%), Diseño (7,5%), Artes escénicas y espectáculos (5,9%); a su vez en términos de crecimiento anual entre el primer y el último año analizado, sobresale el eslabón de Agencias de noticias y otros servicios de información con una tasa del 32%, seguido de las correspondientes a audiovisual (18%).

Dentro del total de empresas de la economía naranja entre la cifra global de sociedades y personas naturales, en conjunto, registradas en la Cámara de Comercio de Barranquilla en el 2018, se observa que este representa el 4.4%, es decir, por cada 100 empresas que se encuentran en operación, un total de 4 corresponden a economía naranja.

**Cuadro 4.** Número de sociedades de la economía naranja por eslabones 2014 – 2018

Número de empresas	2014	2015	2016	2017	2018
Agencias de noticias y otros servicios de información	1	1	1	2	2
Artes escénicas y espectáculos	51	68	73	74	82
Artes visuales	11	25	28	12	17
Audiovisual	40	42	53	56	74
Diseño	54	58	86	108	82
Editorial	45	51	46	53	46
Fonográfica	38	39	36	41	37
Medios digitales y software de contenidos	168	188	246	279	311
Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	241	287	323	346	352
Total	649	759	892	971	1.003

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

La representación de las 1.003 sociedades en las 3.176 empresas del segmento de economía naranja es del 31.6%, y el otro 68,4% corresponde a las personas naturales. Cabe manifestar que la tasa anual de crecimiento de las personas jurídicas, la cual se ubicó, en promedio, en 11% fue ligeramente superior a la presentada por el número de empresas en general y al de las personas naturales.

En esta categoría se destacaron por los más altos índices de crecimiento los eslabones de agencias de noticias y otros servicios de información 19%, y audiovisual, 17%.

Continuando con el análisis de las sociedades de la economía naranja en el departamento del Atlántico entre 2014 y 2018, se encuentra que en participación promedio el eslabón turismo y patrimonio cultural e inmaterial absorbe el 36,2%, seguido de medios digitales y software de contenidos, para una participación del 27,9%, diseño, con un porcentaje de 9,1%; y artes escénicas y espectáculos, con un aporte del 8,1%.

**Cuadro 5.** Número de personas naturales de la economía naranja por eslabones 2014 – 2018

Número de empresas	2014	2015	2016	2017	2018
Agencias de noticias y otros servicios de información	0	1	1	0	1
Artes escénicas y espectáculos	74	88	77	110	101
Artes visuales	66	74	75	84	77
Audiovisual	18	24	20	22	38
Diseño	90	106	135	156	147
Editorial	12	16	23	24	33
Fonográfica	24	32	35	48	32
Medios digitales y software de contenidos	34	34	49	54	68
Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	1.217	1.256	1.486	1.610	1.676
<b>Total</b>	<b>1.535</b>	<b>1.631</b>	<b>1.901</b>	<b>2.108</b>	<b>2.173</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

El número de personas naturales que conforman una participación del 68,6% dentro del total de empresas de este importante segmento, tuvo una tasa promedio anual de crecimiento del 9,1% entre los años 2014 y 2018.

Por tipo de eslabones, se observa que las mayores tasas promedio de crecimiento anual en el periodo de estudio fueron para editorial 28,8%, audiovisual

20,5% y medios digitales y software de contenidos 18,9%.

Por otra parte, al distribuir el número de personas naturales de acuerdo con los eslabones, se aprecia que en promedio en 2014 - 2018 turismo y patrimonio cultural e inmaterial se caracteriza por tener la más alta representatividad, 77,5%, seguido de diseño, 6,8%, y Artes escénicas y espectáculos absorbió el 4,8%.



**Ilustración 3.** Mapa economía naranja en el Área Metropolitana de Barranquilla (AMB)



Las 3.176 unidades productivas (sociedades y personas naturales) de la economía naranja del Atlántico se concentran especialmente en Barranquilla con un 77%, y Soledad con el 10%. Los otros municipios del AMB como son Puerto Colombia, Galapa y Malambo reúnen en conjunto el 6,6% de las empresas del segmento.

Por su parte los municipios del departamento del Atlántico que se ubican fuera de la AMB les corresponden el 6,4% restante de las sociedades y personas naturales del segmento, resaltando a Sabanalarga que representa el 1,3% y Baranoa con 1% dentro del total.

**Cuadro 6.** Ubicación de las sociedades y personas naturales de la economía naranja del Atlántico según municipios en 2018

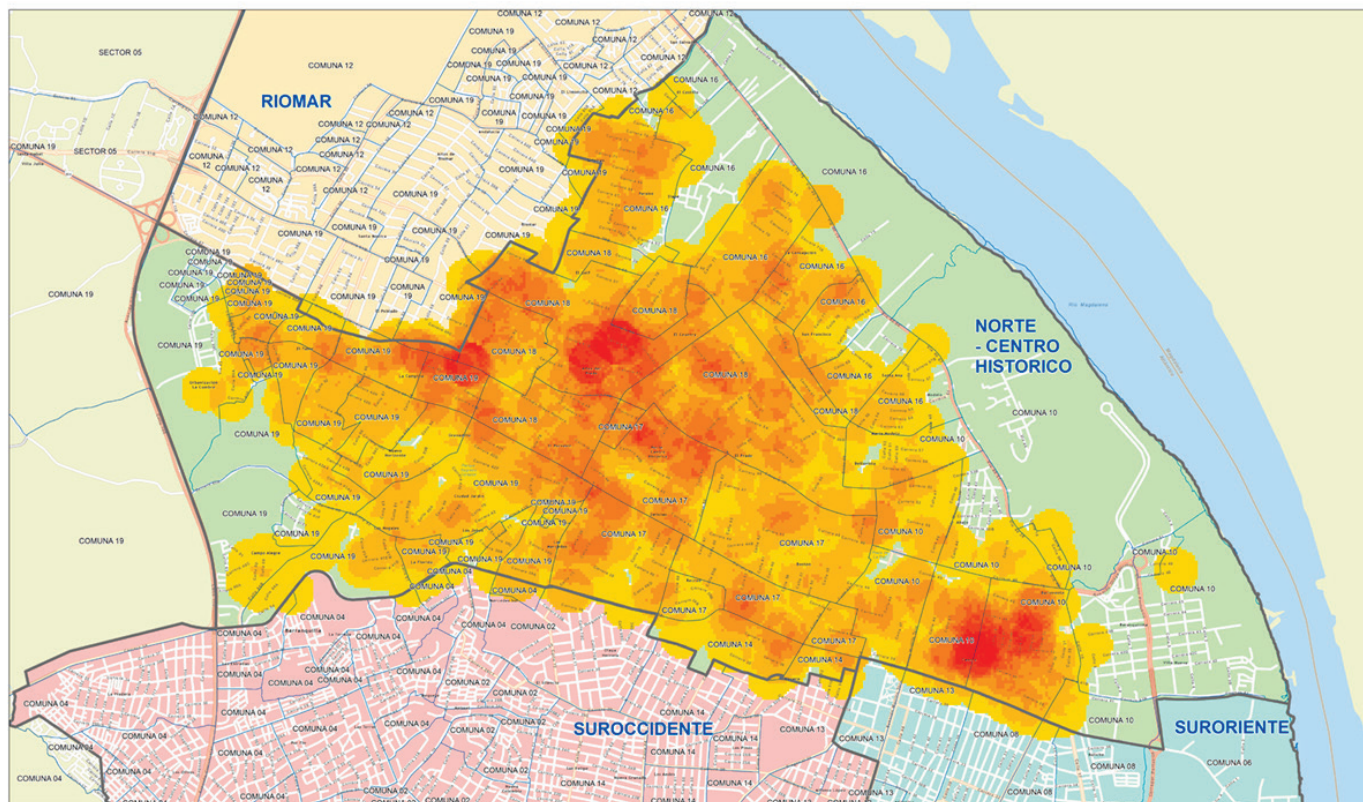
Municipio	Empresa	Participación
Baranoa	38	1,0%
Barranquilla	2.423	77%
Galapa	24	0,8%
Juan de acosta	14	0,4%
Luruaco	6	0,2%
Malambo	59	1,8%
Polo Nuevo	6	0,2%
Puerto Colombia	129	4,0%
Sabanagrande	15	0,5%
Sabanalarga	45	1,3%
Santo Tomás	27	0,9%
Soledad	321	10,0%
Tubará	31	1,0%
Otros municipios	38	1,0%
<b>Total</b>	<b>3.176</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

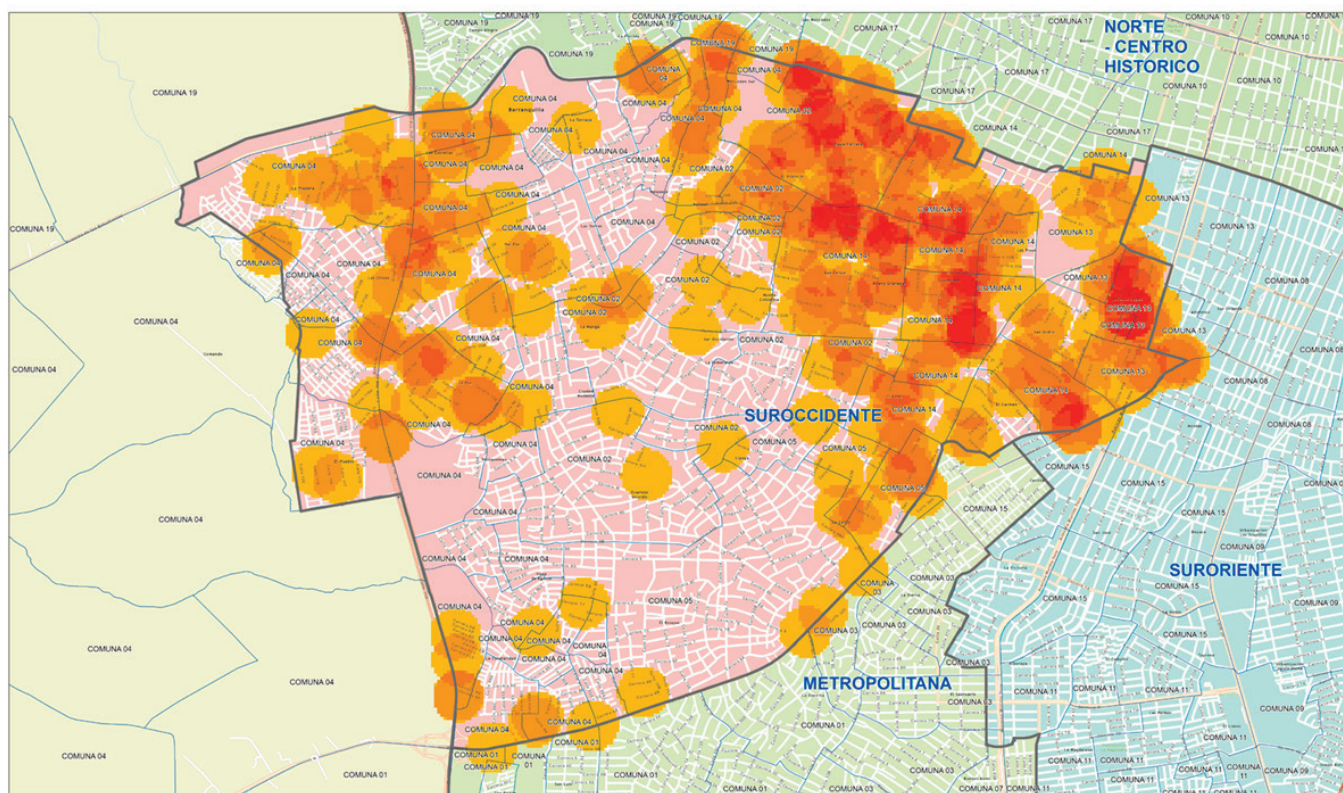
Refiriéndose a Barranquilla de manera específica el número de unidades productivas (sociedades y personas naturales) se concentra mayormente en la localidad de Norte - Centro Histórico, con el 38,1%, seguida en pequeñas concentraciones por Suroccidente con 9,1%; Suroriente con 9% y Riomar con un 8,3%; la localidad Metropolitana, aunque tiene presencia en general, no presenta concentración alcanzando solo el 3,2%.



**Ilustración 4.** Mapa economía naranja en la localidad Norte Centro Histórico

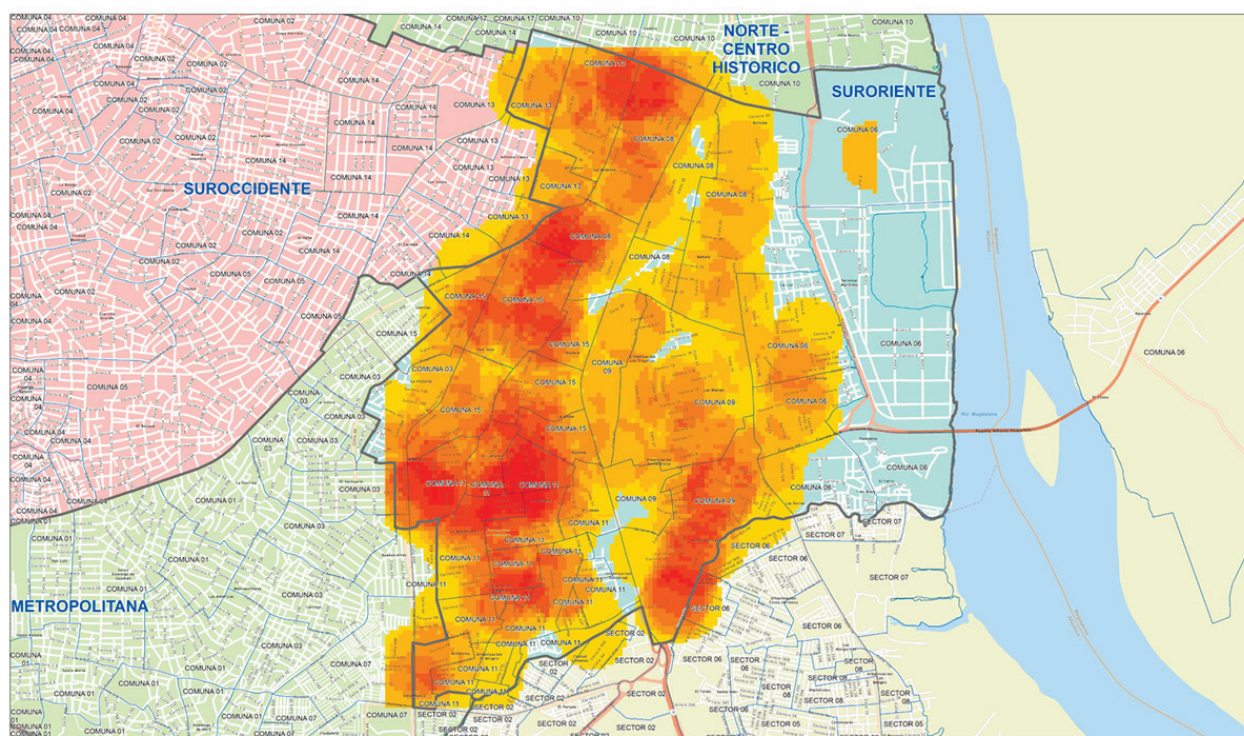


**Ilustración 5.** Mapa economía naranja en la localidad Suroccidente

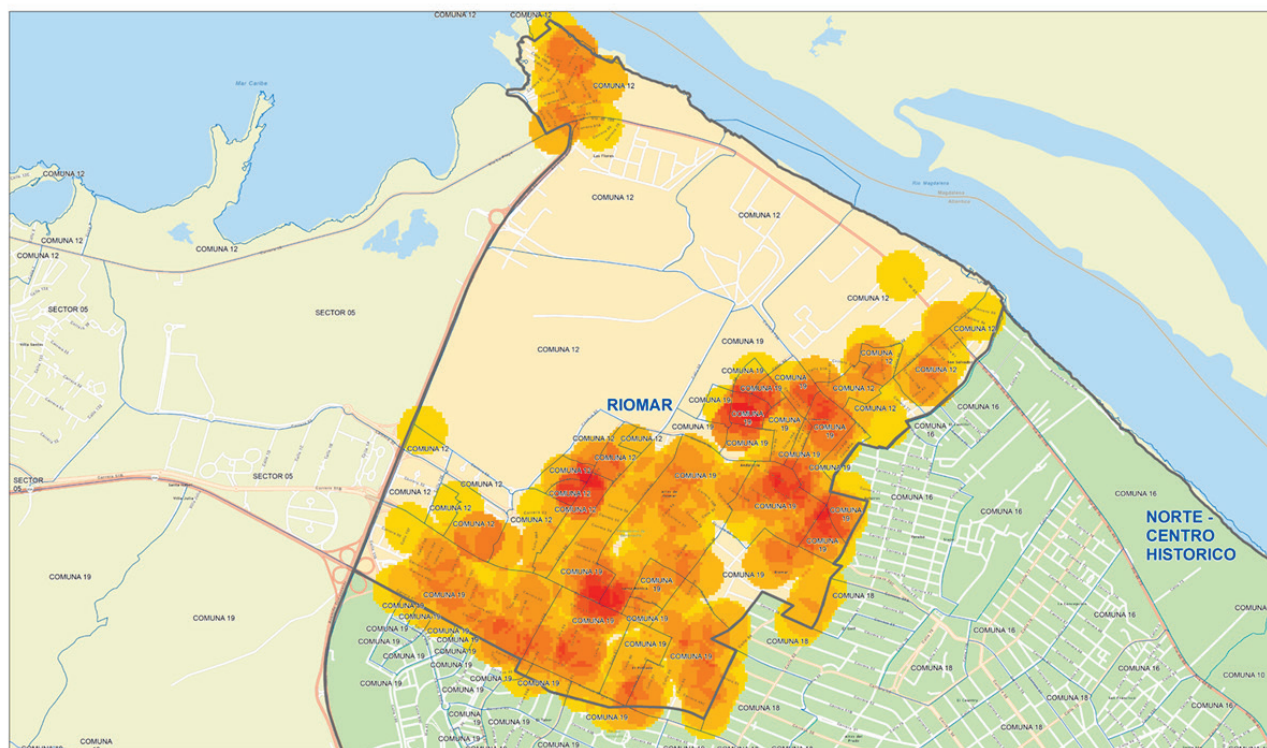




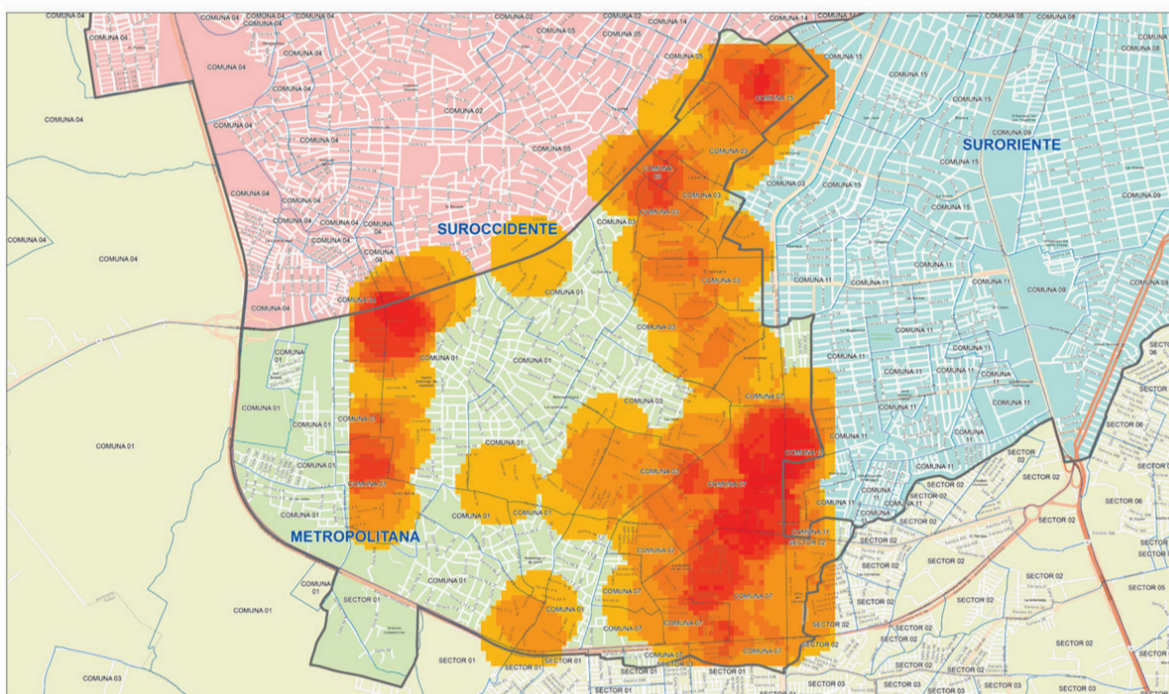
**Ilustración 6.** Mapa economía naranja en la localidad Suroriente



**Ilustración 7.** Mapa economía naranja en la localidad Riomar



**Ilustración 8.** Mapa economía naranja en la localidad Metropolitana



# 6. Edades de las empresas de economía naranja

26

“El desempeño de las empresas se relaciona con diferentes factores como el entorno, la legislación y las estrategias gerenciales, por ejemplo. Esta última puede estar estrechamente ligada con un factor adicional que llega por lo general a ser determinante en el comportamiento de las compañías, y es la edad.

En efecto, no será igual la estrategia de una empresa nueva, cuyo objetivo principal por naturaleza debe ser posicionarse en el mercado, qué para una con más de dos décadas en operación, puesto que seguramente su estrategia se haya diseñado para buscar la expansión en nuevos mercados, siendo estos quizás internacionales”. (Pacheco, Nieto, & Ochoa, 2017). En consecuencia, en el presente documento se decidió analizar las sociedades de la

economía naranja por sus fechas de matrícula en la Cámara de Comercio de Barranquilla.

“Es dable reseñar que desde hace muchos años se conocen diferentes teorías referentes al éxito de las empresas, una de ellas está íntimamente ligada con la perdurabilidad, es decir el tiempo en que las unidades económicas se han mantenido en un segmento productivo determinado.

Pero no se puede afirmar que el éxito de una sociedad la lleva a ser perdurable o si por el contrario es la perdurabilidad la que lleva a una compañía a ser exitosa”. (Pacheco, Nieto, & Ochoa, 2017).

Tal como señalan Pacheco, Nieto, & Ochoa (2017)

“la longevidad no es una característica marcada en las empresas, como quiera que después de analizar las fechas de matrículas de las compañías que integran los distintos cluster dinamizados por la Cámara de Comercio de Barranquilla”.

Se observa que el 69,4% de un total de 3.176 de las empresas (sociedades y personas naturales) de la economía naranja tienen hasta 5 años de haber sido constituidas; el 16,1%, es decir, 511 unidades se encuentra en el rango de 6 a 10 años; entre 11 y 20 años que abarca 336 empresas, les corresponde el 10,6%; en tanto que el resto (3,9%) aparece de 21 años en adelante de estar en el mercado, pero solo tres empresas superan el umbral de 50 años.



**Cuadro 7.** Edades de las empresas de la economía naranja en 2018

Edades	Total
0 a 5	2.205
6 a10	511
11 a 20	336
21 a 30	92
31 a 40	23
41 a 50	6
51 a 55	2
Más de 60	1
Total	3.176

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

Por otra parte, es de considerar que, en el análisis de edades dentro de cada uno de los eslabones, donde más se concentran las empresas con edades entre 0 a 5 años, es en el diseño con 84,7%; Medios digitales y software de contenidos con el 77%; y editorial con 72,2%.

En el país, el promedio de edades en el sector de economía naranja es de 6 años, según investigaciones de Confecámaras, lo cual dista muy poco de lo encontrado, mediante este documento, en el departamento del Atlántico.

**Cuadro 8.** Edades de las sociedades y personas naturales de la economía naranja 2014 – 2018

Edades	Agencias de noticias y otros servicios de información	Artes escénicas y espectáculos	Artes visuales	Audiovisual	Diseño	Editoria	Fonográfica	Medios digitales y software de contenidos	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial
0 a 5	2	115	58	77	194	57	35	292	1.375
6 a 10	0	34	19	13	22	12	16	61	334
11 a 20	0	28	9	13	7	6	11	22	240
21 a 30	1	5	4	4	5		2	4	67
31 a 40	0	0	4	4	1	1	3	0	10
41 a 50	0	1	0	1	0	0	2	0	2
51 a 55	0	0	0	0	0	2	0	0	0
más de 60	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<b>Total general</b>	<b>3</b>	<b>183</b>	<b>94</b>	<b>112</b>	<b>229</b>	<b>79</b>	<b>69</b>	<b>379</b>	<b>2.028</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

Ahora bien, en lo referente a edades que oscilan entre 6 y 10 años, los eslabones donde hay el mayor número de unidades son fonográfica, 23,2%, artes visuales 20,2% y Artes escénicas y espectáculos, 18,6%. Esto explica que las empresas de la economía naranja se caracterizan por ser realmente jóvenes.

De otro lado, al entrar a estudiar las edades para el caso específico de las sociedades o personas

jurídicas de la economía naranja, se observa que estas en términos generales registran porcentajes muy parecidos al conjunto de empresas total (sociedades y personas naturales) ya descrito, así: el 70,5% de las empresas de menos de 6 años de haber sido creadas; el 18,8% se ubica en el rango entre 6 a 10 años; entre 11 y 20 años le corresponde el 7%; mientras que el resto (3,7%) presenta de 21 años en adelante de estar en funcionamiento.

**Cuadro 9.** Edades de las sociedades de la economía naranja 2014 – 2018

Edades	Persona Jurídica
0 a 5	707
6 a 10	189
11 a 20	70
21 a 30	19
31 a 40	12
41 a 50	3
51 a 55	2
más de 60	1
<b>Total</b>	<b>1.003</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

Siguiendo con el análisis de las edades según eslabones de la economía naranja, para lo que se refiere a sociedades, se encuentra que en el rango de 0 a 7 años el mayor porcentaje de empresas lo absorbe el diseño con el 86,6%, seguido de Medios digitales y software de contenidos con el 77,2%, y luego aparece audiovisual, 68,9%.

**Cuadro 10.** Edades de las sociedades de la economía naranja 2014 – 2018

Edades	Agencias de noticias y otros servicios de información	Artes escénicas y espectáculos	Artes visuales	Audiovisual	Diseño	Editoría	Fonográfica	Medios digitales y software de contenidos	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial
0 a 5	1	52	10	51	51	28	15	240	239
6 a 10	0	17	3	10	10	10	10	50	83
11 a 20	0	12	1	6	6	5	6	17	19
21 a 30	1	1	0	3	3	0	1	4	9
31 a 40	0	0	3	3	3	0	3	0	2
41 a 50	0	0	0	1	1	0	2	0	0
51 a 55	0	0	0	0	0	2	0	0	0
Más de 60	0	0	0	0	0	1	0	0	0
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>82</b>	<b>17</b>	<b>74</b>	<b>74</b>	<b>46</b>	<b>37</b>	<b>311</b>	<b>352</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

En lo relacionado con las empresas que tienen edades que van de 6 a 10 años, la situación es muy similar a la que muestran las sociedades y personas naturales en conjunto; en efecto, el eslabón de fonográfica lleva la delantera con el 27%, seguido de turismo y patrimonio cultural e inmaterial con el 23,6%, y artes escénicas y espectáculos 20,7%.

Al estudiar las edades de las empresas en la categoría de personas naturales de la economía naranja, se evidencia que entre los años de 0 a 5, se muestra el mayor porcentaje, 68,9%, seguido del 14,8% que corresponde a unidades en el rango de 6 a 10 años, en tanto que el 12,2% es de 11 a 20 años.

**Cuadro 11.** Edades de las Personas naturales de la economía naranja 2014 – 2018

Edades	Persona Natural
0 a 5	1.498
6 a 10	322
11 a 20	266
21 a 30	73
31 a 40	11
41 a 50	3
51 a 55	0
Más de 60	0
<b>Total</b>	<b>2.173</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

En términos de las edades, se demuestra que como ha ocurrido con las sociedades, en esta categoría también el mayor número de empresas se sitúa en el nivel de 0 a 5 años, siendo el eslabón agencias de noticias y otros servicios de información es el más representativo con el 100%, seguido de editorial 87,9%, diseño, 83,7% y medios digitales y software de contenidos con el 76,5%.

**Cuadro 12.** Edades de las Personas naturales de la economía naranja 2014 – 2018

Edades	Agencias de noticias y otros servicios de información	Artes escénicas y espectáculos	Artes visuales	Audiovisual	Diseño	Editoria	Fonográfica	Medios digitales y software de contenidos	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial
0 a 5	1	63	48	26	123	29	20	52	1.136
6 a 10	0	17	16	3	16	2	6	11	251
11 a 20	0	16	8	7	3	1	5	5	221
21 a 30	0	4	4	1	5	0	1	0	58
31 a 40	0	0	1	1	0	1	0	0	8
41 a 50	0	1	0	0	0	0	0	0	2
51 a 55	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Más de 60	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	1	101	77	38	147	33	32	68	1.676

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

Por su parte en las edades que oscilan entre 6 y 10 años, se destacan los eslabones de artes visuales con un 20,8%, seguido de fonográfica 18,8% y artes escénicas y espectáculos, 16,8%.

# 7. Las 50 empresas del segmento de economía naranja con mayores edades

De esta clasificación, es de resaltar que de los nueve eslabones que conforman la economía naranja del departamento del Atlántico, los que registran un mayor número de empresas son Turismo y patrimonio cultural e inmaterial (48%), Artes visuales (12%), Audiovisual, y Fonográfica, ambas con (10%).

De acuerdo con el municipio de domicilio de estas empresas, la capital del departamento aporta 39 de estas, lo que equivale al 78%.

**Cuadro 13.** Las 50 empresas con mayores edades

Mombre	Fecha matrícula	Eslabón	Categoría
El Heraldo S.A.	04/08/1952	Editorial	Persona jurídica
Ediciones Pedagógicas	09/08/1963	Editorial	Persona jurídica
Latinoamericanas Limitada			
Espriellabe impresores & asociados Ltda.	26/10/1964	Editorial	Persona jurídica
Circuito radial del Atlántico Emisoras A.B.C. Limitada	28/02/1968	Fonográfica	Persona jurídica
Organización radial Olímpica S. A.	26/02/1969	Fonográfica	Persona jurídica
Moreno María Inés	12/06/1969	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Wong Yong Alberto	31/03/1971	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Royal Films S.A.S	17/09/1974	Audiovisual	Persona jurídica
Romero Ospino Israel	07/02/1977	Artes escénicas y espectáculos	Persona natural
Felito Records S.A.S.	23/03/1982	Audiovisual	Persona jurídica
Yin Huie Hugo David	27/07/1982	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Herrera Michel Víctor Manuel	22/08/1983	Audiovisual	Persona natural
Del Río Barragán Jaime	12/12/1983	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Jaramillo Marín Carlos Alberto	26/04/1984	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Mallol Echeverry Katia María	05/06/1984	Editorial	Persona natural
Barrios Comunicaciones Limitada	05/07/1984	Fonográfica	Persona jurídica
Mendoza Martelo Elsy	01/08/1984	Artes visuales	Persona natural

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla



Mombre	Fecha matrícula	Eslabón	Categoría
José Jamette e Hijos & Compañía Limitada	09/11/1984	Diseño	Persona jurídica
Lerc Comunicación Limitada	29/01/1985	Fonográfica	Persona jurídica
Hot America'S Favorite Pizza Limitada	16/04/1985	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona jurídica
Organización Cristiana de Radio-Comunicaciones Limitada	09/10/1985	Fonográfica	Persona jurídica
Inversiones en Pantalla S.A.S.	18/12/1985	Artes visuales	Persona jurídica
Construcciones & Edificaciones de Colombia S.A.S.	18/12/1985	Artes visuales	Persona jurídica
Aristizabal Ramírez Héctor Raúl	16/01/1986	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Angarita Meza Luis Eduardo	20/01/1986	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Vanegas Aguilar Emilse de Jesús	21/02/1986	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Inversiones Osman S.A.S.	06/03/1986	Audiovisual	Persona jurídica
Televista S.A.	05/05/1986	Audiovisual	Persona jurídica
Rueda de Acevedo María Teresa	20/06/1986	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Martínez Arciniegas Sergio	27/01/1987	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Restaurante la gran Paella S.A.S.	06/05/1988	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona jurídica
Inmobiliarte de Colombia S.A.S.	12/12/1988	Artes visuales	Persona jurídica
Alba Viloria Ricardo Eliecer	09/02/1989	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
González Aduen Roberto Alejandro	27/03/1989	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Álvarez Torres Samuel Enrique	25/05/1989	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Amastha Thalge Salua	20/09/1989	Artes visuales	Persona natural
Henriquez Eljach Michel Antonio	11/12/1989	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Velásquez Mercado Ricardo Antonio	26/01/1990	Diseño	Persona natural
Sánchez Oliveros María Naime	10/07/1990	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Mejía Montero Ever Manuel	16/08/1990	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Aparicio Jiménez Fausto	03/09/1990	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Fandiño de González Doris Cecilia	11/03/1991	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Hincapie Ortiz José Teofilo	23/04/1991	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Arango Hoyos Piedad del Socorro	13/02/1992	Diseño	Persona natural
Carvajal Mahecha Javier	08/04/1992	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Rueda Torres Gerardo	06/07/1992	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Jaramillo Restrepo Jesús Eladio	24/11/1992	Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	Persona natural
Vargas Cárdenas Eliecer Gustavo	10/12/1992	Artes escénicas y espectáculos	Persona natural
Acosta Guerrero Víctor Julio	09/03/1993	Artes visuales	Persona natural
Electcer S.A.S.	01/04/1993	Medios digitales y software de contenidos	Persona jurídica

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

# 8. Tamaño de las empresas del segmento de economía naranja

34

**Cuadro 14.** Número de sociedades y personas naturales de la economía naranja según tamaño 2014 – 2018

AÑOS	GRANDES	MEDIANAS	PEQUEÑAS	MICRO	TOTAL
2014	3	8	88	2.085	2.184
2015	3	12	97	2.278	2.390
2016	3	12	95	2.683	2.793
2017	4	14	96	2.965	3.079
2018	3	17	99	3.057	3.176
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>63</b>	<b>475</b>	<b>13.068</b>	<b>13.622</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

En lo relativo a la participación según el tamaño de las empresas (sociedades y personas naturales) de la economía naranja en el departamento del Atlántico, en el lapso de estudio (2014 – 2018), se tiene que las microempresas contribuyeron en promedio con el 96%, seguido de las pequeñas con el 3%, mientras que las medianas, y las grandes, participan cada una con menos del 1%.

De acuerdo al municipio de domicilio por tamaño, Barranquilla se destaca por aportar el 100% de las empresas medianas, el 96,9% de las pequeñas y el 95% de las grandes, para la categoría micro es donde el distrito realiza menos aporte con el 75,9% del número de empresas.

**Cuadro 15.** Número de sociedades de la economía naranja según tamaño 2014 – 2018

AÑOS	GRANDES	MEDIANAS	PEQUEÑAS	MICRO	TOTAL
2014	3	8	77	561	649
2015	3	12	87	657	759
2016	3	12	85	792	892
2017	4	14	86	867	971
2018	3	17	92	891	1.003
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>63</b>	<b>427</b>	<b>3.768</b>	<b>4.274</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

Al medir la participación promedio de las sociedades en el mismo periodo de estudio, se aprecia que estas al igual que sucede con el total general, es decir, sociedades y personas naturales, sigue la misma tendencia donde las micro ocupan el primer lugar con el 88,2%, seguida de las pequeñas, 10%, medianas, 1,5%, mientras que las grandes empresas lo hacen con el 0,4%.

Ya en términos de crecimiento promedio anual se nota que las medianas se caracterizan por su mayor representatividad, es este caso del 20,7%, las micro, 12,3%, las pequeñas el 4,6%.

**Cuadro 16.** Número de personas naturales de la economía naranja según tamaño 2014 – 2018

AÑOS	GRANDES	MEDIANAS	PEQUEÑAS	MICRO	TOTAL
2014	0	0	11	1.524	1.535
2015	0	0	10	1.621	1.631
2016	0	0	10	1.891	1.901
2017	0	0	10	2.098	2.108
2018	0	0	7	2.166	2.173
Total	0	0	48	9.300	9.348

Fuente: Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

Para el caso particular de las personas naturales las micro acaparan casi la totalidad en promedio al llegar al 99,5%, seguido de las pequeñas con el 0,5%, restante.

Ahora bien, por el lado del crecimiento promedio entre los años 2014 – 2018, el más alto porcentaje es captado claramente por las micro, 9,2%, mientras que las medianas, presentan un crecimiento negativo, 10,7%.

## 9. Empresas nuevas de economía naranja

Para las cámaras de comercio en general se entiende por empresas nuevas, las unidades productivas que se constituyen o registran en estas entidades en un periodo de tiempo determinado, en las diferentes actividades y distintas categorías como son las personas jurídicas (sociedades) y personas naturales.

36

**Cuadro 17.** Número de sociedades y personas naturales nuevas en la economía naranja 2014 - 2018

AÑOS	SOCIEDADES	PERSONAS NATURALES	TOTAL
2014	253	600	853
2015	180	491	671
2016	249	644	893
2017	233	701	934
2018	250	722	972

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

Durante el periodo de estudio se crearon 864 sociedades y personas naturales en promedio por año. Los años donde hubo mayor número de constituciones fueron 2018 y 2017 con 972 y 934 unidades respectivamente, según el cuadro 16.

En términos de tasa de crecimiento anual promedio, se encuentra que el porcentaje más alto se dio en las personas naturales con el 4,7%, en tanto que en las sociedades estas decrecieron en 0,3%.

Por municipios, Barranquilla es el de mayor participación en la creación de empresas con el 73,2% en promedio en los años analizados, siendo los eslabones de audiovisual y turismo y patrimonio cultural e inmaterial los que presentan las mayores tasas de crecimiento con 9% y 4,9%, en su orden.

**Cuadro 18.** Número de sociedades y personas naturales nuevas según eslabones de la economía naranja 2014 – 2018

Eslabones	2014	2015	2016	2017	2018
Agencias de noticias y otros servicios de información	0	0	0	1	2
Artes escénicas y espectáculos	46	41	36	63	55
Artes visuales	34	24	30	30	20
Audiovisual	22	15	16	16	27
Diseño	80	63	79	84	76
Editorial	18	16	16	15	26
Fonográfica	12	17	14	26	14
Medios digitales y software de contenidos	94	66	112	94	112
Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	547	429	590	605	640
<b>TOTAL</b>	<b>853</b>	<b>671</b>	<b>893</b>	<b>934</b>	<b>972</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

De las sociedades y personas naturales nuevas en conjunto, los eslabones con mayor representatividad promedio en los años de análisis son turismo y patrimonio cultural e inmaterial con el 65%, medios digitales y software de contenidos, 11,1% y diseño con el 8,8%. Por el lado de los crecimientos promedios anuales es de anotar que editorial registró el más alto índice con el 9,6%, seguido de audiovisual con el 5,3%.

**Cuadro 19.** Número de sociedades nuevas según eslabones de la economía naranja 2014 – 2018

Eslabones	2014	2015	2016	2017	2018
Agencias de noticias y otros servicios de información	0	0	0	1	1
Artes escénicas y espectáculos	17	17	15	21	20
Artes visuales	4	4	4	2	5
Audiovisual	17	6	14	8	18
Diseño	33	17	30	27	20
Editorial	12	11	5	9	9
Fonográfica	5	5	3	7	6
Medios digitales y software de contenidos	79	50	89	71	81
Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	86	70	89	85	90
<b>TOTAL</b>	<b>253</b>	<b>180</b>	<b>249</b>	<b>231</b>	<b>250</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

Al estudiar solo las sociedades por tipo de eslabón, se observa que entre los que mayormente contribuyen en promedio están proveedores de eventos con el 46,7%, seguido de alimentos y bebidas, 25,2% y artes, recreación y cultura con el 11,7%.

Por otra parte, las más altas tasas de crecimiento en promedio durante el periodo de análisis se concentran en los eslabones de hoteles, 53,1%, organización de eventos, 51% y alimentos y bebidas, 44,9%.

**Cuadro 20.** Número de personas naturales nuevas según eslabones de la economía naranja 2014 – 2018

Eslabones	2014	2015	2016	2017	2018
Agencias de noticias y otros servicios de información	0	0	0	0	1
Artes escénicas y espectáculos	29	24	21	42	35
Artes visuales	30	20	26	28	15
Audiovisual	5	9	2	8	9
Diseño	47	46	49	57	56
Editorial	6	5	11	6	17
Fonográfica	7	12	11	19	8
Medios digitales y software de contenidos	15	16	23	23	31
Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	461	359	501	520	550
<b>TOTAL</b>	<b>600</b>	<b>491</b>	<b>644</b>	<b>703</b>	<b>722</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

En las personas naturales nuevas se presenta una gran concentración en un eslabón en particular, tal es el caso de Turismo y patrimonio cultural e inmaterial que participó en promedio con el 77,5%, en el lapso 2014 – 2018, seguido de manera muy lejana por diseño con tan solo el 6,8%.

Ahora bien, respecto a las tasas más altas de crecimiento promedio anual, ocurre totalmente lo contrario, dado que estas son mayores en los eslabones de menor participación, así: Editorial 28,8%, Audiovisual 20,5%, % y Medios digitales y software de contenidos 18,9%.

**Cuadro 21.** Número de sociedades y personas naturales nuevas según tamaño de la economía naranja 2014 – 2018

Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2014	0	0	3	850	<b>853</b>
2015	0	0	3	668	<b>671</b>
2016	0	0	1	892	<b>893</b>
2017	0	0	0	934	<b>934</b>
2018	0	0	1	971	<b>972</b>

**Fuente:** Registro mercantil. Elaboración Investigaciones Económicas.

El número de sociedades y personas naturales nuevas de acuerdo con el tamaño del segmento de economía naranja, en el lapso de análisis, se puede indicar que tuvo una tasa de crecimiento promedio del 3,3%, siendo las micro las que mostraron el mayor guarismo (3,4%), mientras que el de las pequeñas fue de -24%. Sucedió igual con la participación promedio, donde las micro alcanzaron un 99%, y las pequeñas solo el 1% faltante. Cabe anotar que en el periodo de estudio no se crearon ni medianas ni grandes compañías.

De otra parte, cabe destacar que, de acuerdo con el

estudio publicado por Confecámaras en septiembre de 2019, de cada 100 empresas registradas en 2013 en economía naranja sobrevivieron 38 unidades en los primeros cinco años, frente a 36 pertenecientes a empresas de otros sectores.

Esta situación presenta un alto grado de coherencia con la creación de este tipo de empresas en “territorios con desarrollo de cluster donde las probabilidades de supervivencia son de 6 puntos porcentuales superiores si se compara con aquellos donde las industrias creativas y culturales no son objeto de intervención mediante la iniciativa cluster”.

**Cuadro 22.** Número de sociedades nuevas según tamaño de la economía naranja 2014 – 2018

Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2014	0	0	2	251	<b>253</b>
2015	0	0	3	177	<b>180</b>
2016	0	0	1	248	<b>249</b>
2017	0	0	0	233	<b>233</b>
2018	0	0	1	249	<b>250</b>

**Fuente:** Fuente: Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

Por el lado de las sociedades se observa que la tasa de crecimiento anual promedio fue inferior a la registrada por el total general de empresas. En esta categoría los dos tamaños con presencia empresarial micro y pequeñas, arrojaron comportamientos negativos de -0,2% y -15,9% en su orden.

**Cuadro 23.** Número de personas naturales nuevas según tamaño de la economía naranja 2014 – 2018

Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2014	0	0	1	599	<b>600</b>
2015	0	0	0	491	<b>491</b>
2016	0	0	0	644	<b>644</b>
2017	0	0	0	701	<b>701</b>
2018	0	0	0	722	<b>722</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

Para el caso particular de las personas naturales, es de comentar que estas registraron en los años de estudio una tasa de crecimiento promedio anual del 4,7%, dado en su mayoría por las microempresas, las cuales representaron el 100% en cuatro de los cinco años de estudio.

# 10. Empresas liquidadas en la economía naranja

**Cuadro 24.** Número de empresas liquidadas de la economía naranja según eslabones 2014 – 2018

40

Eslabones	2014	2015	2016	2017	2018	Total
Artes escénicas y espectáculos	5	4	7	37	25	78
Artes visuales	2	2		20	25	49
Audiovisual	2	6	6	6	19	39
Diseño	3	7	2	17	43	72
Editorial	2	5	4	13	1	25
Fonográfica	4	3	2	7	17	33
Medios digitales y software de contenidos	3	8	14	18	19	62
Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	75	77	72	379	432	1.035

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

Al estudiar el número de sociedades liquidadas en la economía naranja por eslabones en el departamento del Atlántico, entre 2014 y 2018, fue en todo el lapso de 1.393, y se observa que en promedio el más alto porcentaje fue captado en Turismo y patrimonio cultural e inmaterial 74,3%, mientras que en agencias de noticias y otros servicios de información no se presentaron liquidaciones. Es de subrayar que en promedio el 77,1% liquidaciones se registraron en Barranquilla.

**Cuadro 25.** Empresas liquidadas de la economía naranja y total general registro mercantil 2014 – 2018

Años	Economía naranja	Sociedades y personas naturales liquidadas en el Atlántico	Participación
2014	96	2.193	4,4%
2015	112	2.030	5,5%
2016	107	2.155	5,0%
2017	497	3.029	16,4%
2018	581	2.664	21,8%
<b>Total</b>	<b>1393</b>	<b>12.071</b>	<b>11,5%</b>

**Fuente:** Registro mercantil. Elaboración Investigaciones Económicas



Si se comparan las cancelaciones presentadas en la economía naranja frente al total general de las sociedades liquidadas en la Cámara de Comercio de Barranquilla, en los mismos años de análisis, se determina que la proporción resultante es del 11,5%, siendo los dos últimos años donde se registra el mayor número de sociedades liquidadas, tal como se observa en el cuadro 25.

Como se ha anotado en los otros estudios relacionados con las empresas de los cluster, para el presente documento las razones de liquidación

siguen siendo muy similares. En efecto se observa en “primera línea que en un 39,6% el motivo principal fue que no renovaron su matrícula , luego sigue el 23,8% por causales directas de disolución por voluntad unánime de los socios; como tercera consecuencia se encontró el cambio de domicilio de las empresas con un 6.6%, mientras que el 30% restante la cancelación de las sociedades se debe a crisis financiera, embargos, decisión del representante legal, cambio de estrategia comercial, etapa de iliquidez, transformación de la empresa y cambio de razón social”. (Pacheco, Nieto, & Ochoa, 2017)

# 11. Número neto de empresas en la economía naranja

42

**Cuadro 26.** Sociedades nuevas y liquidadas de la economía naranja y total general registro mercantil 2014 – 2018

Años	Nuevas	Liquidadas	Número neto de empresas
2014	853	96	<b>757</b>
2015	671	112	<b>559</b>
2016	893	107	<b>786</b>
2017	934	497	<b>437</b>
2018	972	581	<b>391</b>
Total	4.323	1.393	<b>2.930</b>

**Fuente:** Registro mercantil. Elaboración Investigaciones Económicas

Para determinar el número neto de empresas de la economía naranja en el periodo estudiado se restan las empresas liquidadas de las nuevas. En este orden se nota que el número ascendió a 2.930, destacándose los años 2016 y 2014 por reportar los porcentajes más altos, 26,8% y 25,8%, respectivamente.

“Respecto a lo anterior Arellano & Jiménez (2016)

Menciona que “Este proceso de creación y destrucción de empresas, puede llevar a un mayor nivel de eficiencia en la economía (...) la reasignación de recursos, entrada y salida de firmas, contribuye a aumentar la productividad agregada” (p.5). Por lo tanto, esta dinámica de creación y de disolución de empresas es un proceso natural en los mercados de libre competencias”. (Pacheco, Nieto, & Ochoa, 2017).

# 12. Activos Totales

El monto de los activos totales de las sociedades y personas naturales de la economía naranja en el departamento del Atlántico para el año 2018 sumó \$717 mil millones, cifra que comparada con el 2014 (\$384 mil millones) da como resultado un crecimiento anual promedio real o a precios constantes del 11,7%.

Ahora bien, el valor de los activos totales de la economía naranja dentro del monto global de esta variable en la actividad productiva en el general del departamento del Atlántico para el año de 2018 fue de 1%, incluyendo las actividades de comercio; si excluimos a estas la participación del segmento sería de 0,5%.

De la sumatoria total de los activos en el periodo de estudio, las sociedades reportaron en promedio el 96,9%, en tanto que a las personas naturales les corresponde el 3,1% restante.

Por municipios, Barranquilla se destaca por mantener su aporte en los años de estudio con porcentajes superiores al 98%, exceptuando el 2017 cuando la participación del distrito fue solo del 48,1%. Es dable destacar que en los eslabones de audiovisual y fonográfica el aporte de Barranquilla es del 100% en todos los años analizados, mientras que por tasa anual de crecimiento son los eslabones de artes visuales y medios digitales y software de contenidos los que mayor guarismo presentan.

**Cuadro 27.** Activos totales de las sociedades y personas naturales por eslabones de la economía naranja 2014 – 2018 (Pesos corrientes)

Eslabones	2014	2015	2016	2017	2018
Agencias de noticias y otros servicios de información	91.318.700	120.016.406	120.016.406	106.483.455	111.483.455
Artes escénicas y espectáculos	15.469.743.531	10.306.636.977	5.829.643.693	7.050.172.962	13.344.302.524
Artes visuales	5.817.109.100	6.211.198.828	6.542.463.148	26.883.220.719	44.885.028.530
Audiovisual	83.813.045.977	130.692.991.678	140.743.973.790	228.099.136.155	238.559.643.213
Diseño	4.954.973.911	6.995.863.631	4.304.345.798	7.006.104.617	7.130.421.781
Editorial	72.543.841.371	74.622.113.480	68.931.690.698	754.519.371.118	58.385.406.638
Fonográfica	93.367.505.649	109.570.329.187	123.099.285.771	124.225.591.825	122.511.293.366
Medios digitales y software de contenidos	30.143.975.716	47.307.802.790	57.792.917.192	59.916.177.350	72.106.598.734
Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	78.172.159.352	96.751.223.862	111.795.028.524	129.898.744.693	160.669.042.183
<b>Total</b>	<b>384.373.673.307</b>	<b>482.578.176.839</b>	<b>519.159.365.020</b>	<b>1.337.705.002.894</b>	<b>717.703.220.423</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla

De otro lado, el valor de los activos de la economía naranja alcanzó en promedio en el periodo 2014 – 2018 \$688 mil millones. Vale decir qué en cuanto al aporte dentro de la cuantía global de los activos de la economía naranja, a editorial se le atribuye en promedio en el periodo de análisis el 29,9%, mientras que le siguen Audiovisual con el 23,9%, Turismo y patrimonio cultural e inmaterial con 16,8% y fonográfica con el 16,6%.

**Cuadro 28.** Activos totales de las sociedades y personas naturales por eslabones de la economía naranja 2014 – 2018 (Pesos constantes)

Eslabones	2014	2015	2016	2017	2018
Agencias de noticias y otros servicios de información	91.318.700	112.406.487	106.662.288	91.315.886	93.065.744
Artes escénicas y espectáculos	15.469.743.531	9.653.120.705	5.180.984.441	6.045.941.996	11.139.746.660
Artes visuales	5.817.109.100	5.817.363.331	5.814.489.111	23.053.958.253	37.469.762.526
Audiovisual	83.813.045.977	122.406.098.790	125.083.517.410	195.608.555.145	199.148.212.049
Diseño	4.954.973.911	6.552.274.638	3.825.405.082	6.008.150.774	5.952.434.912
Editorial	72.543.841.371	69.890.524.941	61.261.722.981	647.045.168.612	48.739.800.182
Fonográfica	93.367.505.649	102.622.767.807	109.402.138.083	106.530.822.249	102.271.719.981
Medios digitales y software de contenidos	30.143.975.716	44.308.141.603	51.362.350.864	51.381.680.259	60.194.172.079
Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	78.172.159.352	90.616.487.648	99.355.695.453	111.395.887.739	134.125.588.265
<b>Total</b>	<b>384.373.673.307</b>	<b>451.979.185.950</b>	<b>461.392.965.713</b>	<b>1.147.161.480.914</b>	<b>599.134.502.399</b>

**Nota:** en términos constantes o reales el año base es 2014 = 100

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio Barranquilla

El valor de los activos de la economía naranja en valores constantes en promedio en el periodo 2014 – 2018 \$608 mil millones. De los eslabones sobresalientes en crecimiento en los activos de la economía naranja, a Artes visuales se le atribuye en promedio en el periodo de análisis una variación del 59,3%, mientras que le siguen Audiovisual con el 24,2%, Medios digitales y software de contenidos con 18,9% y Turismo y patrimonio cultural e inmaterial con el 14,4%.

**Cuadro 29.** Activos totales de las sociedades y personas naturales según tamaño la economía naranja 2014 – 2018 (Pesos constantes)

Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2014	214.110.770.303	50.034.823.684	91.742.895.130	28.485.184.190	<b>384.373.673.307</b>
2015	253.099.416.504	74.653.818.632	96.463.009.640	27.762.941.174	<b>451.979.185.950</b>
2016	256.627.685.788	77.886.428.963	96.767.115.568	30.111.735.394	<b>461.392.965.713</b>
2017	902.597.699.631	111.430.960.053	99.346.314.418	33.786.506.812	<b>1.147.161.480.914</b>
2018	307.003.332.159	152.684.976.989	105.555.780.891	33.890.412.360	<b>599.134.502.399</b>
<b>Total</b>	<b>1.933.438.904.385</b>	<b>466.691.008.320</b>	<b>489.875.115.647</b>	<b>154.036.779.93</b>	<b>3.044.041.808.283</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio Barranquilla

Según tamaño de las empresas, se observa que en términos de tasas de crecimiento promedio a las medianas compañías se les atribuye el 32,2%, a las grandes, 9,7%, las micro el 4,4% y las pequeñas unidades el 3,6%,

En cuanto a la representatividad promedio de los activos, también por tamaño, se nota que las grandes unidades participan en los años de estudio con el 63,5%, después le siguen las pequeñas con el 16,1%, las medianas, 15,3% y las micro que reportaron el

5,1%.

Analizando el aporte según tamaño de las empresas por municipios es de anotar que en términos de activos, Barranquilla capta el 100% de las medianas, el 98,3% de las pequeñas, y el 91,9% de las micro; mientras que las grandes participan con el 86,9% en promedio en los años estudiados. Destacándose el 2018 donde Barranquilla aporta el mayor valor de activos con el 99,3%.

**Cuadro 30.** Activos totales de las sociedades según tamaño en la economía naranja 2014 – 2018 (Pesos constantes)

Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2014	214.110.770.303	50.034.823.684	80.230.137.580	21.452.912.248	<b>365.828.643.815</b>
2015	253.099.416.504	74.653.818.632	85.666.534.881	20.981.834.258	<b>434.401.604.274</b>
2016	256.627.685.788	77.886.428.963	87.312.328.123	22.834.928.044	<b>444.661.370.918</b>
2017	902.597.699.631	111.430.960.053	88.917.852.597	26.418.056.565	<b>1.129.364.568.847</b>
2018	307.003.332.159	152.684.976.989	99.608.137.201	26.920.571.707	<b>586.217.018.056</b>
<b>Total</b>	<b>1.933.438.904.385</b>	<b>466.691.008.320</b>	<b>441.734.990.382</b>	<b>118.608.302.823</b>	<b>2.960.473.205.910</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio Barranquilla

Para el caso de las sociedades o personas jurídicas se evidencia que en el periodo que se analiza, el índice de crecimiento promedio más alto fue absorbido por las medianas con el 32%, mientras que las grandes obtuvieron el 9,4%, luego siguen las micro 5,8 % y por último las pequeñas unidades 14,9%. Por otra parte, en términos de total promedio en los activos por año, el 2017 fue donde esta variable alcanzó el monto más alto al ubicarse alrededor del 1.1 billones de pesos.

**Cuadro 31.** Activos totales de las personas naturales según tamaño en la economía naranja 2014 – 2018 (Pesos constantes)

Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2014	0	0	11.512.757.550	7.032.271.942	18.545.029.492
2015	0	0	10.796.474.760	6.781.106.917	17.577.581.677
2016	0	0	9.454.787.445	7.276.807.350	16.731.594.795
2017	0	0	10.428.461.821	7.368.450.246	17.796.912.068
2018	0	0	5.947.643.690	6.969.840.653	12.917.484.342
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>48.140.125.266</b>	<b>35.428.477.107</b>	<b>83.568.602.373</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio Barranquilla

En cuanto a las personas naturales se refiere, es de anotar que en estas solo las pequeñas y micro tienen presencia, ambas categorías presentaron crecimientos en el periodo comprendido entre 2014 – 2018.

Respecto de la participación promedio por tamaño, aquí se observa que fueron las medianas empresas las que captaron la mayor cuantía que en términos de porcentajes equivale a los 57,6%, seguidas de las micro con el 42,4% restante.

# 13. Ventas Netas

**Cuadro 32.** Ventas netas de las sociedades y personas naturales por eslabones de la economía naranja 2014 – 2018 (Pesos corrientes)

Eslabones	2014	2015	2016	2017	2018
Agencias de noticias y otros servicios de información	43.877.778	43.877.778	0	93.083.851	93.083.851
Artes escénicas y espectáculos	13.807.486.863	14.627.366.381	5.274.043.806	4.066.576.705	9.906.859.532
Artes visuales	3.710.078.454	3.779.836.254	3.473.274.369	3.522.474.563	3.808.315.571
Audiovisual	60.154.322.833	76.076.320.830	112.605.973.432	132.156.325.848	140.256.341.170
Diseño	2.377.007.754	3.642.511.898	4.601.463.632	6.143.949.837	5.495.525.309
Editorial	63.064.274.047	63.637.846.584	60.203.283.962	53.775.874.179	51.960.122.683
Fonográfica	66.267.923.570	75.212.250.484	85.059.892.832	86.493.884.474	89.842.802.191
Medios digitales y software de contenidos	29.921.548.011	57.590.852.486	62.301.445.944	62.394.520.616	69.531.700.079
Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	119.353.055.540	150.108.466.360	160.565.577.187	140.908.423.791	133.769.167.836
<b>Total</b>	<b>358.699.574.850</b>	<b>444.719.329.055</b>	<b>494.084.955.164</b>	<b>489.555.113.864</b>	<b>504.663.918.222</b>

Fuente: Registro Mercantil, Cámara de Comercio Barranquilla

Analizando las ventas, se puede manifestar que en el periodo de estudio la economía naranja registró una tasa anual de crecimiento promedio del 8,9%, en pesos corrientes en 2018. Aquí es de señalar que los eslabones de audiovisual, Medios digitales y software de contenidos y diseño presentaron tasas de crecimiento anual promedio muy similares, siendo estas de 23,6%, 23,5% y 23,3%, en su orden.

El valor de las ventas netas de todas las actividades (servicio y comercio) de la economía naranja

representan el 1,1% del total general del departamento del Atlántico para el año de 2018. Si no se incluye el comercio, el aporte se reduce a 0,5%.

En dicha variable se aprecia que por participación los eslabones que sobresalen son turismo y patrimonio cultural e inmaterial, 30,7% y audiovisual con 22,7%. En estos mismos eslabones clasificados por territorio de ubicación de las empresas, se observa que Barranquilla contribuye con el 100% de las ventas en audiovisual, fonográfica y artes visuales.

**Cuadro 32.** Ventas netas de las sociedades y personas naturales por eslabones de la economía naranja 2014 – 2018 (Pesos corrientes)

Eslabones	2014	2015	2016	2017	2018
Agencias de noticias y otros servicios de información	43.877.778	41.095.606	0	79.824.930	77.705.861
Artes escénicas y espectáculos	13.807.486.863	13.699.884.219	4.687.205.658	3.487.331.022	8.270.189.108
Artes visuales	3.710.078.454	3.540.166.951	3.086.806.229	3.020.731.123	3.179.159.839
Audiovisual	60.154.322.833	71.252.524.895	100.076.407.245	113.331.897.649	117.085.183.379
Diseño	2.377.007.754	3.411.549.965	4.089.462.879	5.268.801.850	4.587.632.782
Editorial	63.064.274.047	59.602.741.017	53.504.518.274	46.116.005.642	43.376.010.254
Fonográfica	66.267.923.570	70.443.242.937	75.595.354.454	74.173.642.461	75.000.252.267
Medios digitales y software de contenidos	29.921.548.011	53.939.170.634	55.369.219.645	53.507.006.788	58.044.661.557
Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	119.353.055.540	140.590.490.175	142.699.588.684	120.837.341.387	111.669.728.555
<b>Total</b>	<b>358.699.574.850</b>	<b>416.520.866.400</b>	<b>439.108.563.068</b>	<b>419.822.582.852</b>	<b>421.290.523.602</b>

Fuente: Registro Mercantil, Cámara de Comercio Barranquilla

Ahora bien el valor total de las ventas de la economía naranja en pesos constantes presentaron una tasa anual de crecimiento promedio de 4,1%. La participación en el total por tipo de eslabón se destacan Turismo y patrimonio cultural e inmaterial con el 30,9%, audiovisual con el 22,5% y fonográfica 17,6%; respecto al crecimiento sobresalen con las mayores tasas audiovisual con 18,1%, Medios digitales y software de contenidos 18%, Diseño 17,9% y Agencias de noticias y otros servicios de información 15,4%.

**Cuadro 34.** Ventas netas de las sociedades y personas naturales por tamaño de la economía naranja 2014 – 2018 (Pesos constantes)

Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2014	174.131.932.319	46.102.070.858	105.195.936.604	33.269.635.069	<b>358.699.574.850</b>
2015	185.048.054.040	73.940.458.668	121.917.654.513	35.614.699.179	<b>416.520.866.400</b>
2016	206.681.924.906	81.736.651.679	114.334.114.488	36.355.871.995	<b>439.108.563.068</b>
2017	215.406.421.227	81.895.892.304	98.902.667.808	23.617.601.513	<b>419.822.582.852</b>
2018	218.097.056.330	80.029.045.613	97.538.795.872	25.625.625.786	<b>421.290.523.602</b>
<b>Total</b>	<b>999.365.388.822</b>	<b>363.704.119.122</b>	<b>537.889.169.286</b>	<b>154.483.433.542</b>	<b>2.055.442.110.772</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio Barranquilla

Por el lado de las ventas según el tamaño de las sociedades, se observa que en la economía naranja a diferencia a otros sectores el rubro de ventas no se concentra significativamente en un tamaño, tal como se puede observar las grandes representaron el 48,6%, en promedio en el periodo de análisis, seguido por las pequeñas que participaron con el 26,2%, en tanto que las medianas lo hicieron con el 17,7% y las micro 7,5%.

Por año, el 2016 es donde se registra el valor total más alto en ventas por la economía naranja entre 2014 –

2018, en los cuales se presentó una tasa de crecimiento anual promedio de 4,1%.

En las ventas el comportamiento de los aportes del distrito de Barranquilla es significativo dado que el 100% de las ventas de las grandes y medianas empresas se originan en dicho ente territorial, mientras que para las pequeñas el aporte es del 98,7%, y para las micro del 95,1%, a su vez las medianas son las que mayor tasa de crecimiento anual presentan con 14,78%.

# 14. Utilidades netas

En términos de utilidades la economía naranja en el departamento del Atlántico, en el periodo de análisis totalizó \$27 mil millones corrientes en 2018, mientras que el valor de 2014 fue de \$20 mil millones corrientes, arrojando un crecimiento anual promedio del 6,8%. Es de considerar que según eslabones los incrementos más altos ocurrieron en Agencias de noticias y otros servicios de información con el 86,4% y fonográfica, 24,7%, mientras que en editorial se presentó una ganancia negativa del -51,4%.

Clasificando estos mismos eslabones por municipio de ubicación de la unidad económica, Barranquilla nuevamente ostenta una participación del 100% en la variable de utilidades en tres eslabones, tales como: agencias de noticias y otros servicios de información, fonográfica y audiovisual; en tanto que el eslabón de medios digitales y software de contenidos es el que mayor participación tiene dentro del total del distrito con 29,3%.

48

**Cuadro 35.** Utilidades netas de las sociedades y personas naturales de la economía naranja por eslabones 2014 – 2018 (Pesos corrientes)

Eslabones	2014	2015	2016	2017	2018
Agencias de noticias y otros servicios de información	2.331.970	2.331.970	0	28.157.187	28.157.188
Artes escénicas y espectáculos	699.342.171	392.639.806	665.276.677	580.848.760	975.060.691
Artes visuales	182.339.602	253.528.288	161.407.973	187.584.785	230.068.039
Audiovisual	1.702.874.664	2.988.965.834	9.948.556.817	3.541.849.446	3.572.876.204
Diseño	157.047.631	336.918.499	492.698.397	371.406.061	349.868.937
Editorial	5.331.968.842	3.989.887.456	15.748.528.853	427.831.032	296.531.652
Fonográfica	4.457.728.979	7.013.711.646	15.866.658.110	13.568.165.088	10.794.668.997
Medios digitales y software de contenidos	4.362.350.032	9.958.563.297	8.422.020.730	28.057.588.134	5.265.465.722
Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	3.877.201.074	7.760.996.430	7.334.040.793	5.643.910.455	5.486.882.844
<b>Total</b>	<b>20.773.184.965</b>	<b>32.627.543.226</b>	<b>58.639.188.350</b>	<b>52.407.340.948</b>	<b>26.999.580.273</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio Barranquilla

**Cuadro 36.** Utilidades netas de las sociedades y personas naturales de la economía naranja por eslabones 2014 – 2018 (Pesos constantes)

Eslabones	2014	2015	2016	2017	2018
Agencias de noticias y otros servicios de información	2.331.970	2.184.106	0	24.146.460	23.505.458
Artes escénicas y espectáculos	699.342.171	302.182.079	591.251.935	498.112.306	813.975.032
Artes visuales	182.339.602	237.452.738	143.448.252	160.865.093	192.059.470
Audiovisual	1.702.874.664	2.799.443.508	8.841.589.777	3.037.346.236	2.982.616.415
Diseño	157.047.631	315.555.399	437.876.286	318.502.754	292.068.567
Editorial	5.331.968.842	3.736.899.369	13.996.204.100	366.890.517	247.542.910
Fonográfica	4.457.728.979	6.568.990.958	14.101.189.220	11.635.507.322	9.011.327.320
Medios digitales y software de contenidos	4.362.350.032	9.327.117.446	7.484.909.998	24.061.048.052	4.395.580.367
Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	3.877.201.074	7.268.892.414	6.517.988.618	4.839.988.384	4.580.418.102
<b>Total</b>	<b>20.773.184.965</b>	<b>30.558.718.016</b>	<b>52.114.458.185</b>	<b>44.942.407.125</b>	<b>22.539.093.642</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio Barranquilla



En términos constantes las utilidades de la economía naranja en el periodo de análisis 2014 -2018, experimenta una tasa anual de crecimiento promedio del 2,1%. En lo concerniente con la participación promedio dentro del total, a nivel de utilidades por eslabones dos de ellos concentran más del 55%, así: Medios digitales y software de contenidos con 29%, fonográfica 26,8%, seguidos por Turismo y patrimonio cultural e inmaterial con 15,8%, editorial 13,9% y audiovisual 11,3%.

**Cuadro 37.** Utilidades netas de las sociedades y personas naturales de la economía naranja por tamaño 2014 – 2018 (Pesos constantes)

Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2014	9.460.121.388	2.723.941.113	5.604.155.691	2.984.966.773	<b>20.773.184.965</b>
2015	11.768.390.770	7.301.929.132	8.089.592.446	3.398.805.668	<b>30.558.718.016</b>
2016	35.492.237.260	5.681.242.184	8.011.636.682	2.929.342.059	<b>52.114.458.185</b>
2017	12.088.902.957	23.908.728.974	7.347.169.254	1.597.605.939	<b>44.942.407.125</b>
2018	11.456.822.050	3.897.256.965	5.884.309.942	1.300.704.684	<b>22.539.093.642</b>
<b>Total</b>	<b>80.266.474.425</b>	<b>43.513.098.368</b>	<b>34.936.864.016</b>	<b>12.211.425.124</b>	<b>170.927.861.933</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio Barranquilla

Respecto de la distribución de las utilidades netas de la economía naranja de acuerdo con el tamaño de las empresas al igual que sucede con las ventas, se nota una distribución con presencia de todas las categorías; pues las grandes unidades contribuyen en promedio en el lapso estudiado con la más alta proporción, 47%, las medianas con el 25,8%, las pequeñas 20,4% y las micro con el 7,1%.

En términos de crecimiento anual promedio las medianas presentaron el guarismo más alto con 9,4%, las grandes 4,9% y las pequeñas 1,25. Por su parte las micro cayeron en -18,8%.

De acuerdo con el municipio de ubicación de la empresa, como sucede con las ventas, Barranquilla aporta el 100% de las grandes y medianas empresas; para las pequeñas la contribución en promedio es del 98,7%, mientras que en las micro la representatividad es la más baja con 91,4%. Por tasa de crecimiento en los aportes por año, las medianas y las micro presentan índices negativos de -0,4% y -1,9%, respectivamente.

# 15. Número de empleados

En términos de empleados, la economía naranja en el Atlántico en 2018 genera 11.538 puestos de trabajo, de los cuales 6.855 de ellos provienen de las actividades de servicios, mientras que los 4.683 restantes corresponden al comercio de dicho segmento. Es de anotar qué dentro del total general del departamento del Atlántico, cuya fuente es el registro mercantil, en 2018 el personal ocupado de la economía naranja representa el 3,6%, incluyendo las actividades de servicios y de comercio.

Cabe decir que de acuerdo con reportes de Confecámaras la baja participación de la economía naranja en la generación de empleo, en Colombia, se debe a que en su mayoría las firmas creadas, “están correlacionadas con actividades de cuenta propia, es decir de unidades productivas que nacen por necesidad”.

El número total de empleados de los diferentes eslabones del segmento aludido del Atlántico,

durante 2018 llegó a la suma de 6.855 personas, cifra que comparada con el personal ocupado en el 2014 que fue de 4.794, arroja una tasa de crecimiento promedio anual del 9,4%.

En cambio, por nivel de participación, se aprecia que a las micro compañías les corresponde el mayor porcentaje, 45,3% dentro del promedio total en los años de análisis, seguidas de las grandes con el 23%, luego aparecen las pequeñas, 20,6% y finalmente las medianas con el 11%.

En términos de empleo en la economía naranja, Barranquilla, la cual aporta el 82,6% de este indicador, presenta una tasa anual de crecimiento positiva en los años de estudio, siendo las medianas empresas las de mayor crecimiento con el 32,1%, seguidas de las pequeñas con el 14,6%; las grandes a pesar de que en un 100% están ubicadas en Barranquilla su crecimiento solo fue del 3,7%, mientras que por su parte las micro presentan un crecimiento del 6,1%.

**Cuadro 38.** Número de empleados de las sociedades y personas naturales de la economía naranja por tamaño 2014 – 2018

Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2014	1.283	319	925	2.267	<b>4.794</b>
2015	1.165	449	1.280	2.535	<b>5.429</b>
2016	1.482	787	1.166	2.701	<b>6.136</b>
2017	1.482	784	1.244	3.265	<b>6.775</b>
2018	1.482	970	1.576	2.827	<b>6.855</b>
<b>Total</b>	6.894	3.309	6.191	13.595	<b>29.989</b>

**Fuente:** Registro mercantil. Elaboración Investigaciones Económicas

Por otra parte, si se examina la representatividad del personal ocupado en el conjunto de los eslabones, en promedio en los años de análisis, turismo y patrimonio cultural e inmaterial captan la mayor proporción, 54%; de manera distante le sigue audiovisual con 12,3%, a diferencia de la clasificación de los eslabones por tasa anual de crecimiento promedio.

Desglosando los empleados por eslabón en la ciudad de Barranquilla, agencias de noticias y otros servicios de información se destacan por su mayor aporte en el departamento siendo este del 100%, le sigue audiovisual con 99,5% y editorial con 99.2%. Por tasa anual de crecimiento, en el distrito, el eslabón de medios digitales y software de contenidos es el que mayor comportamiento ha tenido con un crecimiento del 29,7%, seguido de fonográfica con 20,2% en los años de estudio.

**Cuadro 39.** Número de empleados de las sociedades y personas naturales de la economía naranja por eslabón 2014 – 2018

Eslabones	2014	2015	2016	2017	2018
Agencias de noticias y otros servicios de información	4	4	4	4	4
Artes escénicas y espectáculos	192	279	170	196	166
Artes visuales	81	121	131	115	106
Audiovisual	659	661	776	789	802
Diseño	102	150	170	209	133
Editorial	580	540	483	539	459
Fonográfica	273	264	571	581	566
Medios digitales y software de contenidos	346	399	549	649	964
Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	2.557	3.011	3.282	3.693	3.655
<b>Total</b>	<b>4.794</b>	<b>5.429</b>	<b>6.136</b>	<b>6.775</b>	<b>6.855</b>

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio Barranquilla

# 16. Cadena de valor de la economía naranja en el Atlántico en 2018

52

Ilustración 9. Cadena de valor



Fuente: Cámara de Comercio de Barranquilla

La cadena de valor de las industrias creativas en el departamento del Atlántico en 2018 la integran 6.674 unidades productivas entre sociedades (1.687) y personas naturales (4.987). De este total 3.176 corresponden a productores y 3.498 distribuidores o comerciantes al por mayor y al por menor.

Dentro del primer grupo, los productores, sobresale el turismo, patrimonio cultural e inmaterial con el 63,8%, y dentro de este la gastronomía (61,8%).

Luego le siguen los medios digitales y software, 11,8%; diseño, 7,2%; artes escénicas y espectáculos, 5,8% y audiovisual con el 3,5%.

Para el caso del comercio, se observa que dentro del total de las unidades (3.498 empresas), en lo relativo con el comercio al por mayor el porcentaje de participación es del 10,5% tal como se señala arriba; en tanto que en lo concerniente con el comercio al por menor la representatividad asciende al 89,5%.

**Cuadro 40.** Actividades comerciales que pertenecen a la economía naranja en el departamento del Atlántico

53

CIIU	Descripción CIIU (Clasificación Internacional Industrial Uniforme de las actividades económicas)	Número de empresas	Participación
<b>Total</b>		<b>3.498</b>	<b>100,0%</b>
<b>4771</b>	Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados	1.480	42,3%
<b>4761</b>	Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados	268	7,7%
<b>4741</b>	Comercio al por menor de computadores, equipos periféricos, programas de informática y equipos de telecomunicaciones en establecimientos especializado	656	18,8%
<b>4651</b>	Comercio al por mayor de computadores, equipo periférico y programas de informática	41	1,2%
<b>4644</b>	Comercio al por mayor de aparatos y equipo de uso domestico	44	1,3%
<b>4652</b>	Comercio al por mayor de equipo, partes y piezas electrónicos y de telecomunicaciones	95	2,7%
<b>4759</b>	Comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimientos especializados	445	12,7%
<b>4642</b>	Comercio al por mayor de prendas de vestir	126	3,6%
<b>4742</b>	Comercio al por menor de equipos y aparatos de sonido y de video, en establecimientos especializados	60	1,7%
<b>4649</b>	Comercio al por mayor de otros utensilios domésticos n.c.p.	61	1,7%
<b>4774</b>	Comercio al por menor de otros productos nuevos en establecimientos especializados	68	1,9%
<b>4769</b>	Comercio al por menor de otros artículos culturales y de entretenimiento n.c.p. En establecimientos especializados	68	1,9%
<b>4755</b>	Comercio al por menor de artículos y utensilios de uso domestico	86	2,5%

**Fuente:** Registro Mercantil, Cámara de Comercio Barranquilla

# 17. Relación de la economía naranja con los segmentos de Espacios Habitables y el Turismo de Eventos y Negocios (TEN)

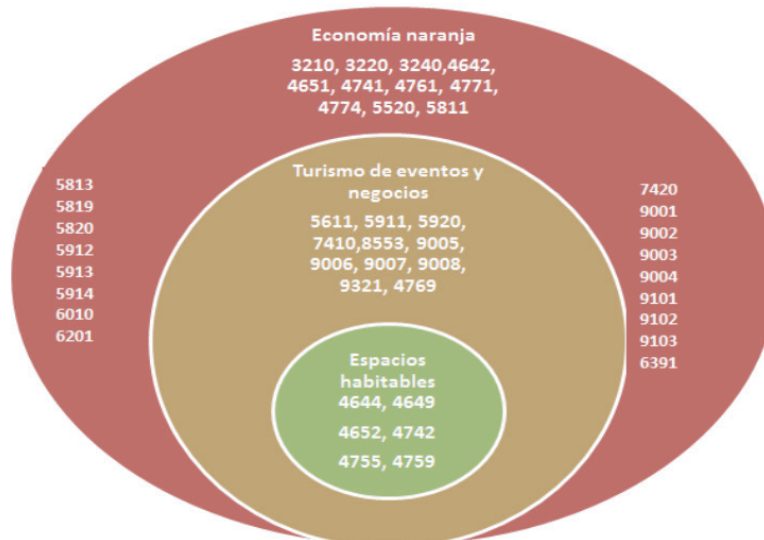
Sin lugar a equivoco hay que decir que en la medida que una actividad se integre con otras, ya sea dentro del mismo segmento o cadena de producción o con cualquier área productiva donde de alguna manera haya algún grado de afinidad, existe una alta probabilidad de que se generen sinergias y se compartan experiencias mediante la realización de proyectos conjunto en beneficio para todos los actores participantes.

De allí que la Cámara de Comercio de Barranquilla, en

este caso, considera que es de vital importancia que algunas actividades de la economía naranja, tal como se señala en el cuadro 39, puedan interactuar de cerca con los segmentos de espacios habitables y de turismo de eventos y negocios (TEN), que se vienen potencializando.

Es decir, con esto se lograría facilitar procesos de colaboración y cooperación sin dejar, por su puesto, de competir de forma individual cada una de las ramas o sectores que componen dichos segmentos o áreas productivas.

**Ilustración 10.** Actividades de la economía naranja relacionadas con espacios habitables y TEN



**Fuente:** Cámara de Comercio Barranquilla

Profundizando en los códigos CIIU que hacen parte de la economía naranja, se encuentra que de un número total de 45 que pertenecen a este segmento en el departamento del Atlántico, 17 están relacionados con los segmentos productivos de turismo de eventos y negocios, y con espacios habitables, así: 11 en el primero y 6 en el segundo.

Es de aclarar que la relación existente entre el segmento de espacios habitables con la economía naranja es estrictamente comercial, tal como aparece en el cuadro 41.

**Cuadro 41.** Actividades de la economía naranja que se relacionan con espacios habitables en el departamento del Atlántico

<b>4644</b>	Comercio al por mayor de aparatos y equipo de uso doméstico
<b>4649</b>	Comercio al por mayor de otros utensilios domésticos n.c.p.
<b>4652</b>	Comercio al por mayor de equipo, partes y piezas electrónicos y de telecomunicaciones
<b>4742</b>	Comercio al por menor de equipos y aparatos de sonido y de video, en establecimientos especializados
<b>4755</b>	Comercio al por menor de artículos y utensilios de uso doméstico
<b>4759</b>	Comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimientos especializados

**Fuente:** Cámara de Comercio de Barranquilla

Por su parte, el turismo de eventos y negocios tiene una relación con la economía naranja tanto en actividades de comercio como de servicios, tal como se observa en el cuadro 42.

**Cuadro 42.** Actividades de la economía naranja que se relacionan con TEN

<b>5611</b>	Expendio a la mesa de comidas preparadas
<b>5911</b>	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
<b>5920</b>	Actividades de grabación de sonido y edición de música
<b>7410</b>	Actividades especializadas de diseño
<b>8553</b>	Enseñanza cultural
<b>9005</b>	Artes plásticas y visuales
<b>9006</b>	Actividades teatrales
<b>9007</b>	Actividades de espectáculos musicales en vivo
<b>9008</b>	Otras actividades de espectáculos en vivo
<b>9321</b>	Actividades de parques de atracciones y parques temáticos
<b>4769</b>	Comercio al por menor de otros artículos culturales y de entretenimiento n.c.p. en establecimientos especializados

**Fuente:** Cámara de Comercio de Barranquilla



# 18. Impacto de la economía naranja

Según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual, el sector cultural y creativo representa más del 3% del PIB (Producto Interno Bruto), siendo incluso mayor al del café y la minería, sin exponerse además a las grandes variaciones del mercado. Es además una manera de explotar un potencial en un país cuyo promedio de edad no supera los 30 años. Esto en marco de un territorio con unas políticas culturales que en los últimos años se han venido fortaleciendo.

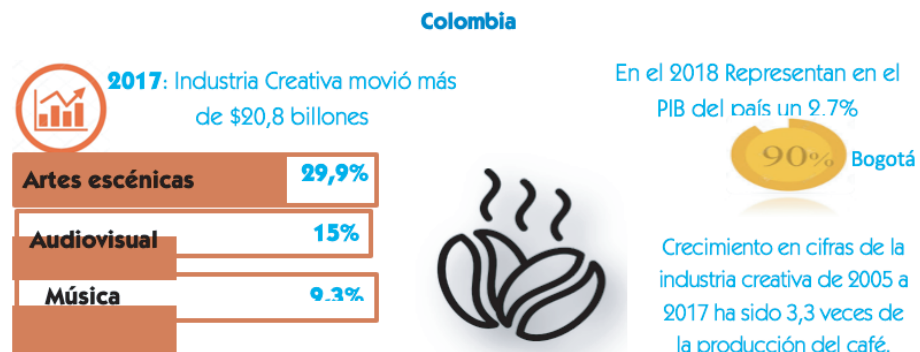
57

**Ilustración 11.** Datos de la economía naranja a nivel global



**Fuente:** Elaboración propia de Cámara de Comercio de Barranquilla

## Ilustración 12. Datos de la economía naranja a nivel en Colombia



**Fuente:** Elaboración propia de Cámara de Comercio de Barranquilla

# 19. Incentivos para el sector de economía naranja

59

## Ley del emprendimiento

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha asumido importantes retos relacionados con la aplicación de la Ley 1014 de 2006 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, la cual lo compromete como actor responsable de la política pública en la materia. El papel del Estado en el fomento del emprendimiento es, en primer lugar, promover la alianza público-privada académica, por otro lado, facilitar condiciones para el emprendimiento; y finalmente, desarrollar la dimensión local del emprendimiento.

La Política de Emprendimiento en Colombia tiene cinco objetivos estratégicos que son:

- Facilitar la iniciación formal de la actividad empresarial.
- Promover el acceso a financiación para emprendedores y empresas de reciente creación.
- Promover la articulación interinstitucional para el fomento del emprendimiento en Colombia.
- Fomentar la industria de soporte “no financiero”, que provee acompañamiento a los emprendedores desde la conceptualización de una iniciativa empresarial hasta su puesta en marcha.
- Promover emprendimientos que incorporan ciencia, la tecnología y la innovación.

Por otra parte encontramos la Ley Naranja, Ley No.1834 mayo 23 del 2017

Una ley con la que se quiere desarrollar, fomentar, incentivar y proteger a las industrias creativas en Colombia. Dentro de las cuales se benefician el cine, la música, la arquitectura, el diseño, los festivales y carnavales. Todo enmarcado dentro de cuatro sectores: el patrimonio ancestral, las artes visuales y escénicas, la televisión y la radio, y la arquitectura y el diseño.

En cuanto a los efectos en términos generales, busca promover la adecuada financiación que permita desarrollar la Economía Creativa, donde los emprendedores culturales puedan acceder a crédito de largo plazo y en mejores condiciones. Además, impulsar, a través de la Financiera del Desarrollo Territorial (Findeter), la construcción de infraestructura cultural y creativa para que los departamentos y municipios en lo posible puedan contar con espacios que tengan esta finalidad. Y así, generar empleos, entre 700.000 y 1.300.000 que produzcan ingresos de más de 177.000 millones de dólares anuales a la región. Y finalmente, triplicar las exportaciones de bienes y servicios creativos, y crear un reconocimiento a las empresas que generan las mayores exportaciones en estos sectores.

## Bonos creativos

Dentro del Componente II del documento de economía naranja se encuentra abierta, desde marzo pasado, la Convocatoria de Bonos Creativos.

El Bono es un instrumento de incentivo a la innovación, el cual pretende que las MiPymes se animen a implementar procesos o productos creativos. El proyecto bonifica el 50% del costo de la iniciativa, para que se atrevan a innovar hoy y seguir siendo competitivas mañana. Cada bono tendrá un

valor de US\$1.500 hasta US\$15.000, no reembolsable, y los beneficiarios deberán cofinanciar aportando el 50% de contrapartida en efectivo. Los proyectos serán seleccionados por un comité público-privado y la implementación contará con el acompañamiento de gestores de innovación y un consultor de apoyo para la comercialización.

Así, pueden participar las MiPymes de rubros tradicionales, y los profesionales y MiPymes creativos y culturales

# ¿Qué pueden presentar?

- Aplicación de diseño a productos
- Validación y empaquetamientos comercial
- Soluciones tecno-creativas. desarrollo de software de contenido y/o APPS
- Campañas de comunicación y marketing no recurrentes y no tradicionales: audiovisual, jingles, gráfica, medios digitales.
- Desarrollo y testeo de conceptos, prototipos, modelos a escala, maquetas, simulaciones y otros desarrollos con miras a definir el Producto para la validación del modelo de negocio.
- Propuestas novedosas o productos o soluciones nuevas.

61

## Ley 1943 de 2018 (Ley de financiamiento)

La Ley 1943 de 2018 o Ley de financiamiento en su artículo 235-2. Rentas Exentas a partir del año gravable 2019, dice “que sin perjuicio de las rentas exentas de las personas naturales del artículo 206 del Estatuto Tributario y de las reconocidas en los convenios internacionales ratificados por Colombia, las únicas excepciones legales de que trata el artículo 26 del Estatuto Tributario son las siguientes”:

- Las sociedades deben tener su domicilio principal dentro del territorio colombiano, y su objeto social exclusivo debe ser el desarrollo de industrias de valor agregado tecnológico y/o actividades creativas.
- Las sociedades deben ser constituidas e iniciar su actividad económica antes del 31 de diciembre de 2021.
- Las sociedades deben cumplir con los montos mínimos de empleo que defina el Gobierno nacional, que en ningún caso puede ser inferior a tres (3) empleados. Los empleos que se tienen en cuenta para la exención en renta son aquellos relacionados directamente con las industrias de valor agregado tecnológico y actividades creativas. Los administradores de la sociedad no califican como empleados para efectos de la presente exención en renta.
- Las sociedades deben presentar su proyecto de inversión ante el Comité de Economía Naranja del Ministerio de Cultura, justificando su viabilidad financiera, conveniencia económica y calificación como actividad de economía naranja. El Ministerio debe emitir un acto de conformidad con el proyecto y confirmar el desarrollo de industrias de valor agregado tecnológico y actividades creativas.
- Las sociedades deben cumplir con los montos mínimos de inversión en los términos que defina el Gobierno Nacional, que en ningún caso puede ser inferior a 4.400 UVT<sup>1</sup>, es decir, \$158.788.000 para 2019, y en un plazo máximo de tres años gravables. En caso de que no se logre el monto de inversión se pierde el beneficio a partir del tercer año, inclusive.

---

<sup>1</sup>La UVT o unidad de valor tributario para 2019 equivale a \$34.270.

**Cuadro 43.** Actividades de la economía naranja y que se encuentran exentas del pago de impuestos

CIIU	Descripción de la actividad
<b>3220</b>	Fabricación de joyas, bisutería y artículos conexos
<b>5811</b>	Edición de libros
<b>5820</b>	Edición de programas de informática (software)
<b>5911</b>	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
<b>5912</b>	Actividades de posproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
<b>5913</b>	Actividades de distribución de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
<b>5914</b>	Actividades de exhibición de películas cinematográficas y videos
<b>5920</b>	Actividades de grabación de sonido y edición de música
<b>6010</b>	Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora
<b>6020</b>	Actividades de programación y transmisión de televisión
<b>6201</b>	Actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas)
<b>6202</b>	Actividades de consultoría informática y actividades de administración de instalaciones informáticas
<b>7110</b>	Actividades de arquitectura e ingeniería y otras actividades conexas de consultoría técnica
<b>7220</b>	Investigaciones y desarrollo experimental en el campo de las ciencias sociales y las humanidades
<b>7410</b>	Actividades especializadas de diseño
<b>7420</b>	Actividades de fotografía
<b>9001</b>	Creación literaria
<b>9002</b>	Creación musical
<b>9003</b>	Creación teatral
<b>9004</b>	Creación audiovisual
<b>9005</b>	Artes plásticas y visuales



CIIU	Descripción de la actividad
<b>9006</b>	Actividades teatrales
<b>9007</b>	Actividades de espectáculos musicales en vivo
<b>9008</b>	Otras actividades de espectáculos en vivo
<b>9101</b>	Actividades de bibliotecas y archivos
<b>9102</b>	Actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos
	Otras actividades referentes al turismo cultural

**Fuente:** Ley 1943 de 2018. Elaboración Cámara de Comercio de Barranquilla

# 20. Impacto de la economía naranja a nivel territorial: caso Barranquilla

64

La capital del departamento del Atlántico sin ninguna duda es el eje del desarrollo socioeconómico territorial toda vez que contribuye con casi el 50% de la población y el 68% del valor agregado que se genera en el departamento, hecho que ocurre por el gran aporte en cuanto al número de empresas se refiere, el cual para 2018 llegó al 74,6%.

Esta circunstancia hace que la economía naranja en Barranquilla tenga una significativa relevancia, ya que posee una importante dotación en lo que tiene que ver con recursos en general e infraestructura, representados en talento humano capacitado y locaciones adecuadas para la realización de eventos

culturales y de la industria creativa, por ejemplo, que muchas de sus actividades y/o eslabones requieren para su operación, crecimiento y sostenibilidad.

En efecto, como se ha expresado en párrafos anteriores, Barranquilla en las actividades de la economía naranja, por su propia naturaleza como ciudad líder del departamento del Atlántico, ostenta una alta participación dentro del total de las diferentes variables económicas que se analizan en este estudio. Denotando que superan el 92% los rubros de activos, ventas, utilidades y empleos, en tanto que el porcentaje en el número de empresas alcanza el 76,3% para el año 2018.

**Cuadro 44.** Contribución de Barranquilla en la economía naranja del Atlántico en 2018

Rubro	Atlántico	Barranquilla	Participación
# de Empresas	3.176	2.423	76,3%
Activos (\$)	717.703.220.423	712.386.484.342	99,3%
Ventas (\$)	504.663.918.222	501.037.359.988	99,3%
Utilidades (\$)	26.999.580.273	26.656.660.685	98,7%
# de Empleados	6.855	6.367	92,9%

**Fuente:** Cámara de Comercio de Barranquilla

# Conclusiones

El término cluster lo define Michael Porter (1990) en su estudio la Ventaja Competitiva de las Naciones, como “una agrupación de empresas e instituciones relacionadas entre sí, pertenecientes a un mismo sector o segmento de mercado, que se encuentran próximas geográficamente y que colaboran para ser más competitivos”.

Para la Cámara de Comercio de Barranquilla el concepto de clúster consiste en “un conjunto de industrias de apoyo y relacionadas que se organizan alrededor de usos finales comunes. El clúster es mucho más que un sector y que una cadena productiva”.

John Howkins calculó que la economía naranja en 2005 constituyó el 6,1% de la economía global, el BID basado en esos datos determinó que para 2011 este segmento económico alcanzó los 4,3 billones de dólares.

Para el periodo entre 2002 y 2011, según el BID en su documento la economía naranja una oportunidad infinita, muestra datos de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD) denotando un crecimiento del 134% en las exportaciones de los bienes y servicios creativos.

Según información proporcionada por el DANE en su primer reporte de economía naranja, el valor agregado de este segmento ha representado en promedio en los últimos cinco años el 1,8% del valor agregado nacional.

El segmento de economía naranja se encuentra integrado por actividades económicas relacionadas con la el diseño, la cultura, el patrimonio, la música y otras basadas en el arte.

El segmento de la economía naranja en el departamento del Atlántico durante 2018 lo conforman 3.176 empresas, entre sociedades y

personas naturales. Corresponde de esta cifra el 31,6% a la primera categoría, mientras que con el 68,4% restante participa la segunda.

Para el caso del comercio en la economía naranja del Atlántico, se observa que dentro del total de las unidades (3.498 empresas), en lo relativo con el comercio al por mayor el porcentaje de participación es del 10,5%; en tanto que en lo concerniente con las ventas al por menor la representatividad asciende al 89,5%.

La cadena de valor del segmento de economía naranja, en lo referente con los servicios o productores, la integran 9 eslabones: agencias de noticias y otros servicios de información, artes escénicas y espectáculos, artes visuales, audiovisual, diseño, editorial, fonográfica, medios digitales y software de contenidos y turismo y patrimonio cultural e inmaterial.

Sobre el número de unidades productivas, las mayores tasas de crecimiento promedio entre los años 2014 y 2018, se dan en los eslabones de agencias de noticias y otros servicios de información con una tasa del 32%, seguido de las correspondientes a audiovisual (18%) y medios digitales y software de contenidos (17%).

El eslabón con mayor número de sociedades y personas naturales es turismo y patrimonio cultural e inmaterial con 1.759 unidades (64.6%), seguido de medios digitales y software de contenidos con 286 empresas y una participación de 10,5%, y diseño con 204 empresas, lo que equivale al 7,5% del total.

Dentro de la cifra promedio global de sociedades y personas naturales de la Cámara de Comercio de Barranquilla, el número promedio del total de empresas del segmento de la economía naranja durante el periodo 2014 – 2018 representó el 4,4%.

La tasa anual de crecimiento del número de sociedades se ubicó en promedio en 11% durante el periodo de análisis, entre tanto en las personas naturales el porcentaje fue relativamente menor, 9,1%.

Dentro del número de sociedades los más altos índices de crecimiento lo alcanzaron los eslabones de agencias de noticias y otros servicios de información con el 19%, audiovisual y medios digitales y software de contenidos ambos con 17%.

Con relación al número de sociedades, las mayores participaciones estuvieron en los eslabones de turismo y patrimonio cultural e inmaterial que absorbe el 36,2%, medios digitales y software de contenidos con una participación de 27,9%, diseño, con un porcentaje de 9,1%; y artes escénicas y espectáculos que aporta el 8,1%.

Referente al número de personas naturales, las mayores tasas promedio de crecimiento anual en el periodo de estudio fueron para editorial con el 28,8%, audiovisual, 20,5% y medios digitales y software de contenidos, 18,9%.

En cuanto al aporte promedio de participación de acuerdo con los eslabones se presenta que particularmente turismo y patrimonio cultural e inmaterial se caracteriza por tener la más alta representatividad dentro de las personas naturales con un 77,4%, seguido de forma distante por diseño cuya participación es del 6,8%.

La ubicación territorial de las unidades productivas (sociedades y personas naturales) de la economía naranja del Atlántico, se concentran especialmente en Barranquilla con un 77%.

Dentro de Barranquilla el número de unidades productivas (sociedades y personas naturales) se agrupa mayormente en la localidad de Norte - Centro Histórico, con 38,1%, en las demás localidades aunque existe presencia de los diferentes eslabones

la concentración es baja, inferior al 10% por cada localidad.

Barranquilla en las actividades de la economía naranja, por su propia naturaleza como ciudad líder del departamento del Atlántico, ostenta una alta participación dentro del total de las diferentes variables económicas que se analizan en este estudio. Denotando que superan el 92% los rubros de activos, ventas, utilidades y empleos, en tanto que el porcentaje en el número de empresas alcanza el 76,3% para el año 2018.

El 69,4% de sociedades y personas naturales de la economía naranja tiene hasta 5 años de haber sido constituidas; el 26,6%, está en el rango de 6 a 20 años; en tanto que el resto tienen más de 21 años de estar compitiendo en el mercado les corresponde el 3,9%.

Los eslabones donde se concentran las unidades productivas con edades entre 0 a 5 años, es turismo y patrimonio cultural e inmaterial con 62,4%; medios digitales y software de contenidos con 13,2%; y diseño con 8,8%.

En términos de participación según el tamaño de las sociedades y personas naturales, se tiene que las microempresas contribuyeron en promedio con el 96%, seguido de las pequeñas con el 3%, las medianas y las grandes menos del 1% cada uno.

Las medianas empresas, en cuanto a número se refiere, presentaron el mayor índice de crecimiento anual promedio en sociedades y personas naturales, el cual se situó en 20,7%, seguido de las micro con 10%, y las pequeñas, 3%, las grandes compañías no presentaron crecimiento, manteniendo igual número de unidades durante todo el periodo de análisis.

Durante el periodo de estudio se crearon 864 sociedades y personas naturales en promedio. En términos de la tasa de crecimiento anual promedio, el porcentaje más alto se dio en las personas naturales (4,7%), las sociedades decrecieron en 0,3%.

De las sociedades y personas naturales nuevas, los eslabones con mayor representatividad promedio son turismo y patrimonio cultural e inmaterial con el 65%, medios digitales y software de contenidos, 11,1% y diseño con el 8,8%.

El número de sociedades liquidadas en economía naranja durante el periodo de estudio fue de 1.393 unidades, donde los más altos porcentajes estuvieron en los eslabones turismo y patrimonio cultural e inmaterial 74,3%, mientras que en agencias de noticias y otros servicios de información no se presentaron liquidaciones, en promedio el 77,1%. Las liquidaciones ocurrieron en Barranquilla.

La tasa neta de empresas (nuevas menos liquidaciones) ascendió a 2.930, resaltando los años los años 2016 y 2014 por reportar los porcentajes más altos, 26,8% y 25,8%, respectivamente.

Entre 2014 y 2018 el monto de los activos de las sociedades representó en promedio el 96,9%, en tanto que a las personas naturales les corresponde el 3,1%. Además las grandes unidades productivas, entre sociedades y personas naturales, son las que poseen la más alta contribución dentro de los activos promedio.

La tasa anual de crecimiento real promedio de las ventas en las sociedades fue del 9,6%, al pasar de \$343 mil millones corrientes en 2014 a \$496 mil millones corrientes en 2018. Las sociedades medianas tuvieron el mayor índice de crecimiento en las ventas con el 20%, seguida de las grandes con un porcentaje de 10,7%.

Las sociedades totalizaron \$26.999 millones en utilidades corrientes en 2018, mientras que el valor de 2014 fue de \$20.773 millones de utilidades corrientes, obteniendo un crecimiento anual real promedio del 6,8%.

Las grandes compañías contribuyen en promedio con la más alta proporción de utilidades, 47%, seguida de las medianas con el 25,8%, las pequeñas con el 20,4% y las micro la menor participación con el 7,1%.

El número total de empleados, durante 2018 llegó a la suma de 6.855 personas, en los diferentes eslabones en comparación con 2014 que fue de 4.794, resultando una tasa de crecimiento promedio anual del 9,4%.

Los mayores incrementos del número de empleados en las sociedades se exhiben en las medianas con 32,1%, seguidas de las pequeñas con el 14,2% y las micro con 5,7%.

En el número de empleados son las micro las que participan con el porcentaje más alto, 45,3%, seguidas por las grandes (23%), y las pequeñas aportan el 20,6%; por eslabones turismo y patrimonio cultural e inmaterial presenta un marcado liderazgo con el 43,4%.

En la economía naranja el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha asumido importantes retos relacionados con la aplicación de la Ley 1014 de 2006 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento la cual promueve la alianza público-privada académica, busca facilitar condiciones para el emprendimiento; y finalmente, fomenta el desarrollo de la dimensión local del emprendimiento.

El Gobierno ofrece como incentivo los bonos creativos los cuales son un instrumento que pretende que las MiPymes se animen a implementar procesos o productos creativos.

El proyecto bonifica el 50% del costo de la iniciativa, para que se atrevan a innovar hoy y seguir siendo competitivas mañana.

Otro aporte del Gobierno es la Ley 1943 de 2018 o Ley de financiamiento que busca realizar exenciones legales de rentas en algunas condiciones especiales relacionadas con el domicilio, el objeto social, la actividad económica, montos mínimos de empleos, nivel de tecnología e inversión.

Según estudios de Confecámaras, en territorios donde se potencializa el desarrollo de cluster de economía naranja, existen mayores probabilidades de supervivencia de estas empresas, en 6 puntos porcentuales superiores, que en aquellos donde no se generan esta clase de intervención económica.

---

# Anexos

Eslabones	Código CIU	Descripción CIU
Agencias de noticias y otros servicios de información	J639100	Actividades de agencias de noticias
Artes escénicas y espectáculos	R900300	(pl) creación teatral
	R900600	(pl) actividades teatrales
	R900700	Actividades de espectáculos musicales en vivo
	R900800	(pl) otras actividades de espectáculos en vivo
Artes visuales	M742000	Actividades de fotografía
	R900500	(pl) artes plásticas y visuales
Audiovisual	J591100	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de television
	J591200	Actividades de posproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de television
	J591300	Actividades de distribución de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de television
	J591400	Actividades de exhibición de películas cinematográficas y videos
	J592000	Actividades de grabación de sonido y edición de música



Eslabones	Código CIIU	Descripción CIIU
Diseño	C321000	Fabricación de joyas, bisutería y artículos conexos
	C324000	Fabricación de juegos, juguetes y rompecabezas
	M741000	(pl) actividades especializadas de diseño
Editorial	J581100	Edición de libros
	J581300	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas
	J581900	Otros trabajos de edición
	R900100	Creación literaria
Fonográfica	J601000	(pl) actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora
	R900200	(pl) creación musical
Medios digitales y software de contenidos	J582000	Edición de programas de informática (software)
	J620100	Actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas)
	R900400	(pl) creación audiovisual

Eslabones	Código CIIU	Descripción CIIU
Turismo y patrimonio cultural e inmaterial	C322000	Fabricación de instrumentos musicales
	I552000	Actividades de zonas de camping y parques para vehículos recreacionales
	I561100	Expendio a la mesa de comidas preparadas
	P855300	(pl) enseñanza cultural
	R910100	(pl) actividades de bibliotecas y archivos
	R910300	(pl) actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales
	R932100	Actividades de parques de atracciones y parques temáticos
	R910200	Actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos
Comercio al por mayor	G4644	Comercio al por mayor de aparatos y equipo de uso doméstico
	G4649	Comercio al por mayor de otros utensilios domésticos n.c.p.
	G4652	Comercio al por mayor de equipo, partes y piezas electrónicos y de telecomunicaciones
	G4642	Comercio al por mayor de prendas de vestir
	G4651	Comercio al por mayor de computadores, equipo periférico y programas de informática

Eslabones	Código CIIU	Descripción CIIU
Comercio al por mayor	G4741	Comercio al por menor de computadores, equipos periféricos, programas de informática y equipos de telecomunicaciones en establecimientos especializados
	G4761	Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados
	G4771	Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados
	G4774	Comercio al por menor de otros productos nuevos en establecimientos especializados
	G4742	Comercio al por menor de equipos y aparatos de sonido y de video, en establecimientos especializados
	G4755	Comercio al por menor de artículos y utensilios de uso doméstico
	G4759	Comercio al por menor de otros artículos domésticos en establecimientos especializados
	G4769	Comercio al por menor de otros artículos culturales y de entretenimiento n.c.p. En establecimientos especializados

## PARTICIPACION DE BARRANQUILLA EN LA ECONOMIA NARANJA DEL ATLANTICO EN 2018

CIIU	Descripción CIIU	Atlántico		Barranquilla	
		# de empresas	Activos totales (\$)	# de empresas	Activos totales (\$)
3210	Fabricación de joyas, bisutería y artículos conexos	96	2.819.306.974	82	2.673.315.372
3220	Fabricación de instrumentos musicales	4	26.465.000	2	25.000.000
3240	Fabricación de juegos, juguetes y rompecabezas	4	2.538.105.976	3	2.537.105.976
5520	Actividades de zonas de camping y parques para vehículos recreacionales	3	3.500.000	3	3.500.000
5611	Expendio a la mesa de comidas preparadas	1.963	140.886.318.519	1.396	139.219.144.732
5811	Edición de libros	32	1.956.828.893	29	1.256.800.338
5813	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas	21	55.002.125.745	19	54.999.625.745
5819	Otros trabajos de edición	14	1.381.152.000	14	1.381.152.000
5820	Edición de programas de informática (software)	34	5.464.442.034	31	4.878.614.802
5911	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión	64	5.743.813.289	57	5.679.513.289
5912	Actividades de posproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión	2	205.000.000	1	200.000.000
5913	Actividades de distribución de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión	1	20.534.365	1	20.534.365
5914	Actividades de exhibición de películas cinematográficas y videos	9	232.304.350.383	8	232.216.949.361
5920	Actividades de grabación de sonido y edición de música	36	285.945.176	29	275.070.176
6010	Actividades de programación y transmisión en el servicio de radio difusión sonora	32	122.331.414.543	32	122.331.414.543
6201	Actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas)	320	66.304.934.566	285	65.116.882.745
6391	Actividades de agencias de noticias	3	111.483.455	3	111.483.455
7410	Actividades especializadas de diseño	129	1.773.008.831	111	1.724.268.831
7420	Actividades de fotografía	71	44.795.004.530	53	44.763.154.530
8553	Enseñanza cultural	25	2.488.066.064	22	2.482.066.064

CIIU	Descripción CIIU	Atlántico		Barranquilla	
		# de empresas	Activos totales (\$)	# de empresas	Activos totales (\$)
9001	Creación literaria	12	45.300.000	9	40.900.000
9002	Creación musical	37	179.878.823	24	147.478.823
9003	Creación teatral	2	1.500.000	2	1.500.000
9004	Creación audiovisual	25	337.222.133	18	202.726.133
9005	Artes plásticas y visuales	23	90.024.000	19	75.524.000
9006	Actividades teatrales	35	430.067.913	32	426.867.913
9007	Actividades de espectáculos musicales en vivo	121	12.596.921.814	93	12.038.785.752
9008	Otras actividades de espectáculos en vivo	25	315.812.797	20	309.612.797
9101	Actividades de bibliotecas y archivos	6	2.843.537.503	6	2.843.537.503
9103	Actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales	9	1.470.749.517	5	1.462.949.517
9321	Actividades de parques de atracciones y parques temáticos	18	12.950.405.580	14	12.941.005.580
<b>Total</b>		<b>3.176</b>	<b>717.703.220.423</b>	<b>2.423</b>	<b>712.386.484.342</b>

Fuente: Cámara de Comercio de Barranquilla

# Bibliografía

Arellano, P., & Jiménez, E. (2016). Ministerio de economía fomento y turismo, gobierno de Chile. Dinámica empresarial: brechas regionales y sectoriales de las pymes en Chile. Recuperado de <https://www.economia.gob.cl/>

BID, Gasca, L., & Luzardo, A. (2018). Emprender un futuro naranja. Recuperado de <https://cloud.mail.iadb.org/>

Buitrago, F., & Duque, I. (BID), (2013). La economía naranja, una oportunidad infinita. Recuperado de <https://publications.iadb.org/>

Cámara de Comercio de Barranquilla, (2018). Registro mercantil. 2014 – 2018.

Confecámaras, (septiembre 2019). Crecimiento, supervivencia y desafío de las empresas de economía naranja en Colombia.

Congreso de Colombia. (2017). Ley 1834, por medio de la cual se fomenta la economía creativa Ley Naranja. Recuperado de <http://www.suin-juriscol.gov.co/>

Congreso de Colombia. (2018). Ley 1943 de 2018 (Ley de financiamiento). Recuperado de <http://www.secretariassenado.gov.co/>

Consejo nacional de política económica y social de Colombia, departamento nacional de planeación. (2010). Documento Conpes 3659 – 2010. Recuperado de <http://acpi.org.co/>

Dane. (2019). Economía naranja, Primer reporte 2019. Recuperado de <https://www.dane.gov.co>

Doeringer, P.B., & D.G. Terkla. (1995). Estrategia empresarial y agrupaciones intersectoriales. Recuperado de <https://clustereconomico.wordpress.com/>

Enright, M.J., (1992). Por qué los clústeres locales son la forma de ganar el juego. Estados Unidos. Recuperado de <http://esapvirtual.esap.edu.co/ojs/index.php/admindesarro/article/view/160/pdf>

Fintech, BID. (2017). Innovaciones que no sabías que eran de América latina y le caribe. Recuperado de <https://publications.iadb.org/>

Ministerio de Cultura, (2019). ABC de la economía naranja. Recuperado de <http://www.mincultura.gov.co/>

Ministerio de Cultura. (2018). DECRETO 1935 Por el cual se crea y reglamenta el funcionamiento del Consejo Nacional de la Economía Naranja. Recuperado de <https://dapre.presidencia.gov.co/>

Pacheco, G., & Nieto, D. Cámara de Comercio de Barranquilla (2016). Análisis del comportamiento de las empresas de los cluster 2010 – 2015. 2016 Recuperado de <http://virtuales.camarabaq.org.co>

Pacheco, G., Nieto, D. & Ochoa, R. Cámara de Comercio de Barranquilla (2017). Análisis del comportamiento de las empresas de los cluster 2010 – 2016. Recuperado de <http://virtuales.camarabaq.org.co>

Porter, M. (1991). La Ventaja Competitiva de las Naciones. Buenos Aires, Argentina: J. Vergara Editor S.A.

Ramos, J. (1998). Una estrategia de desarrollo a partir de los complejos productivos en torno a los recursos naturales. Revista CEPAL, 66, Chile. Recuperado de <https://www.cepal.org/>

Unesco. (2009). Marco de estadísticas culturales. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/>